中国信用卡存量拐点来了吗？数字化加速信用卡进入发展新阶段

中国信用卡业务数字化转型专题分析2020

Analysys 易观
你要的数据能力

本产品保密并受到版权法保护
Confidential and Protected by Copyright Laws

VISIT…

扫码免费领取资料

房中术{www.nblax520.com}专注于男性增大增粗增长、阳痿、早泄、壮阳、延时、强肾、回春、健身。女性缩阴、丰胸、减肥、化妆、瑜伽、保养、产后修复、盆底肌锻炼。两性健康,夫妻按摩,房中术,性姿势,性技巧,性知识等

更多免费教程：英语学习，技能提升，PS 教学，投资赚钱，音乐教程，口才教学，情商提升，风水教学，心理学，摄影知识，幼儿学习，书法学习，记忆力提升等等.....

==========

全站课程下载

课程不断增加

本站现资源容量已超 10T

入群联系 QQ：167520299 或添加微信：1131084518（备注 学习）

扫码加微信lax988988领取资料

阳痿早泄训练
皇室洗髓功视频教学
女人驻颜术
泡妞约炮万元课程
足疗养 SPA 教材
玉蛋功
马氏回春功
房中术张丰川
哲龙全套视频
增大盼你增大
国际男优训练
亚当德永早泄训练
洗髓功真人内部
皇室养生绝学道家洗髓功
【铁牛人会员课】男人必备技能，理论讲解
实战高清视频
随意控制射精锻炼 视频+图片+文字
价值 1440 元第一性学名著<素女经房中养生
宝典视频>12 部
洗髓功修炼方法视频教学
陈见玉蛋功视频教学 女性缩阴锻炼
男性自然增大增长指南
强性健肾保健操 1-4
道家强肾系统锻炼功法
马氏回春功
12 堂课，全面掌握男性健康问题 让你重燃自信
联系微信：1131084518

1、东方性经
2、印度 17 式
3、口交技巧 3 部
4、港台性姿势 3 部
5、365 性姿势 6 部
6、泰国性爱密经 17 式
7、花花公子性技巧 6 部
8、阁楼艳星性技巧 7 部
9、古今鸳鸯秘谱全集 7 部
10、夫妻爱侣情趣瑜伽 2 部
11、古代宫廷性保健系列 14 部
12、汉唐宋元明清春宫图真人
13. 柔软性爱宝典 日本 9800 课
14. 李熙墨 3999 全套课
15. 妖精性爱课 2888
16. 李银河全套性课
17. 领统统性课
18. 德勇男性篇
19. 德勇男性篇
20. 缓慢性爱
21. 亚当多体位搭配篇
22. 亚当多体位结合篇
23. 德勇克服早泄讲座练习
24. 德勇以女性为中心得爱抚
25. 加藤鹰接吻爱抚舌技
26. 加藤鹰指技
27. 加藤鹰四十八手入门
28. 佐藤潮吹教学
29. 佐藤男人体能锻炼+保健品介绍
30. 佐藤男人早泄对抗训练
31. 阿拉伯延时训练

32. 田渊正浩秘籍
33. 异性性快感集中训练教学
34. 自我愉悦锻炼密宗
35. 铁牛全套延时训练课
36. Pc 机锻炼真人视频教学
37. 印度性经全集 8 部
38. 21 世纪性爱指南
39. 香蕉大叔男女训练馆全套
40. 中美真人性治疗教学+理论
41. 女性闺房秘术
42. 幸福玛利亚性课
43. 陈见如何释放性魅力征服
44. 性爱技巧讲座全套
45. 性爱秘籍全套
46. 性爱误区讲座
47. 性病讲解大全
48. 性博士讲座合集
49. 性健康和性高潮合集
50. 性教育讲座合集
51. 性能力课堂合集
52. 性生活问题解析合集
53. 意外怀孕和避孕处理课堂
54. 性感地带探索
55. 性技巧讲座
56. 性健康与性卫生讲座
57. 性生活专家答疑
58. 性心理与性道德合集
59. 性爱宝典合集
60. 性爱技巧合集
61. 完美性爱演示
62. 完美性爱技术讲解
更多精品等你来解锁哦.....

分析定义与分析方法

分析定义及分析范畴

- 本内容主要对银行信用卡业务数字化发展的背景、现状解读，并对新兴技术应用及未来趋势进行分析；
- 分析内容包括但不限于银行信用卡业务在营销、运营、风控、服务等方面借助大数据、人工智能、区块链等技术升级或创新应用、服务模式及生态环境。
- 银行信用卡指的是银行准贷记卡和贷记卡。

分析方法

- 分析内容中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及易观分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。
- 分析内容中运用Analysys易观的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，以及厂商的发展现状。

千帆说明

- 千帆分析全国网民，分析超过99.9%的APP活跃行为。
- 千帆行业划分细致，APP收录量高，分析45领域、300+行业、全网TOP 4万多款APP。
- 千帆是数字化企业、投资公司、广告公司优选的大数据产品，2015年至今累计服务客户数量400+。

CONTENT

01 信用卡存量拐点渐近，数字化加速渗透

02 科技赋能业务，深化数字化服务能力

03 中国信用卡业务数字化转型实践案例分析

04 数字化转型加速下，信用卡业务发展展望

PART 1

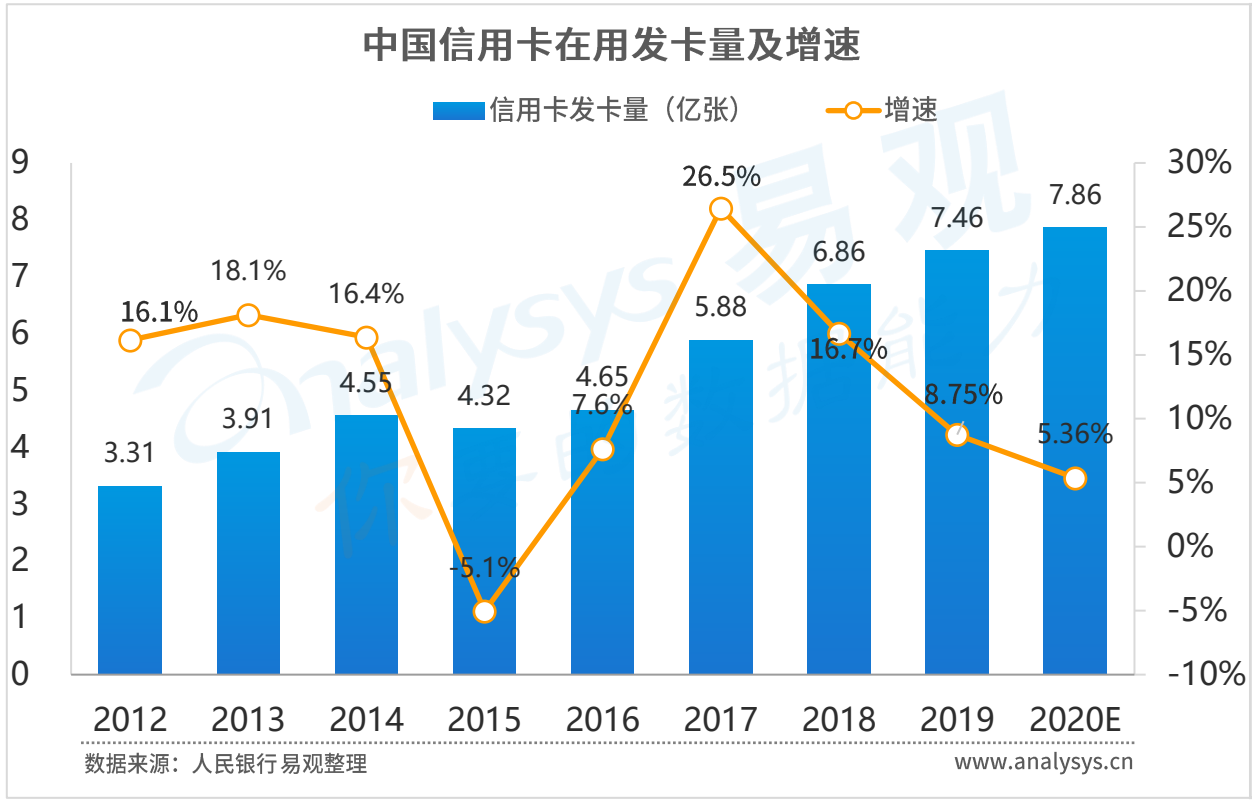
信用卡存量拐点渐近，数字化加速渗透

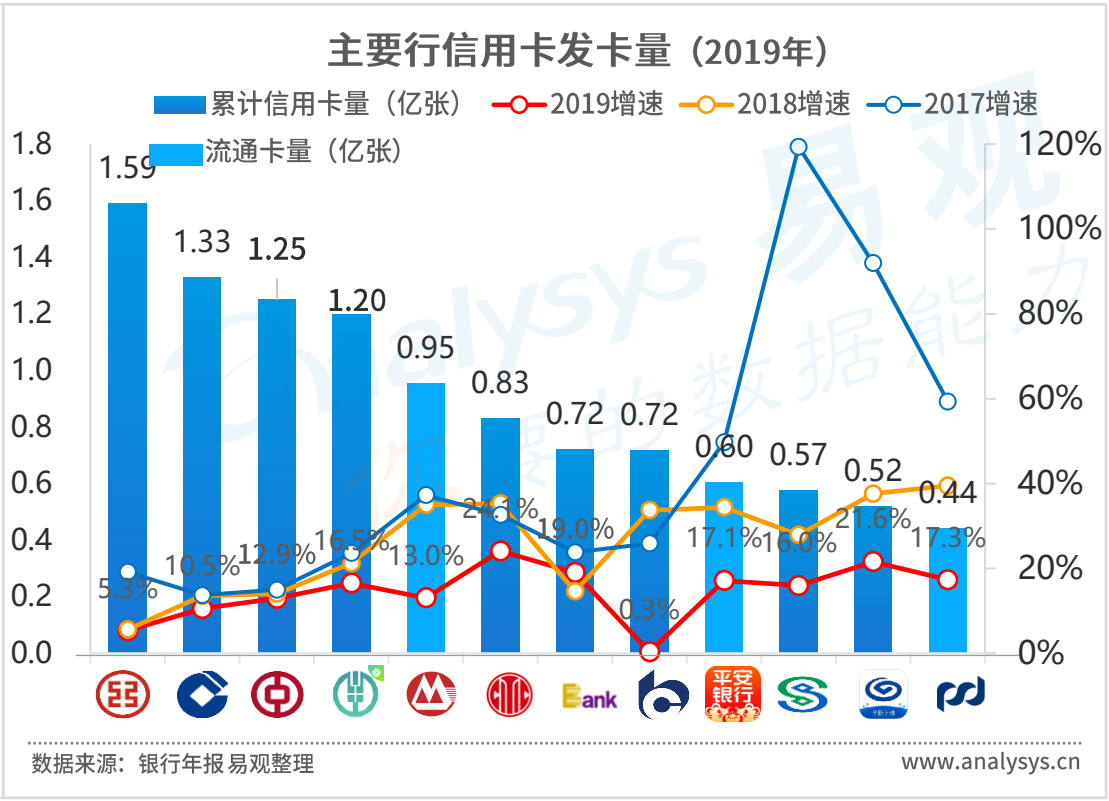
©易观分析

www.analysys.cn

中国信用卡规模仍持续增长，但增速明显回落，新增拐点渐显

- **中国信用卡规模持续增长，国有大行依然占据存量市场霸主地位**，四大行信用卡存量规模均超过1亿张；
- **增速回落明显，存量拐点渐近。**整体增速回落至10%内，主要12家银行近三年增速持续下滑；近年增长强劲的股份制银行2019年增速也迅速回落，仅2家保持20%以上；国有行增速表现弱于股份制银行，交行增速回落最明显、增速仅0.3%，工行增速也降至5.3%。
- 易观分析认为，银行信用卡流量新增趋近拐点，国有大行依托客群基础和网点获取新增的优势明显减弱，而股份行借数字化加大线上获客获得相对增长，但随着线上流量红利消失，信用卡市场将从流量竞争转向运营服务竞争新阶段。

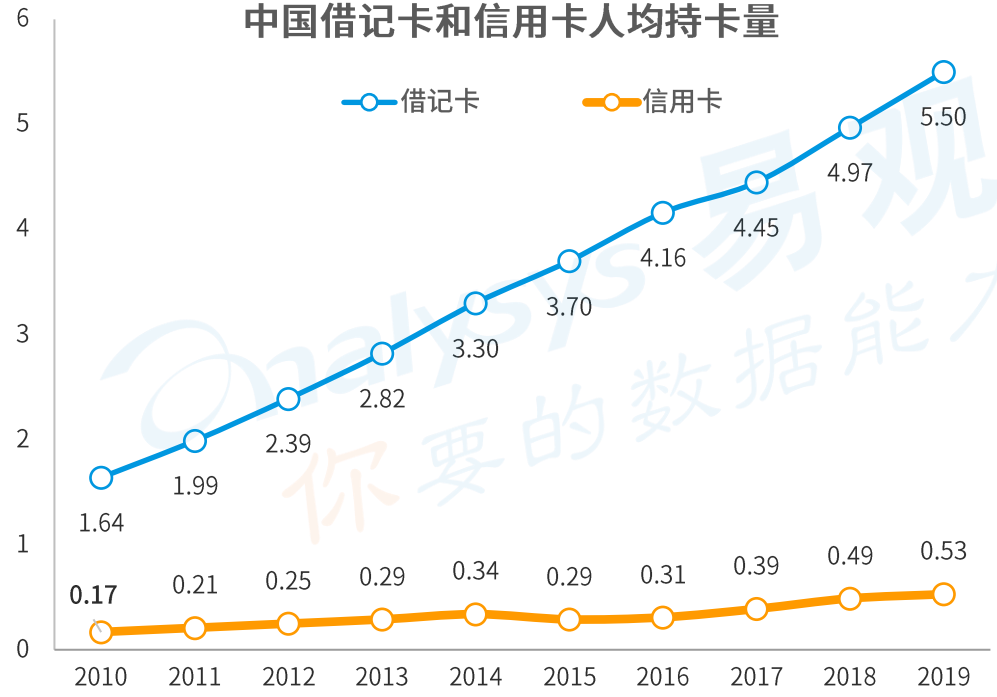




人均持卡量增速急速下滑，但分布不均凸显，下沉市场和年轻客群仍有空间

- 中国信用卡人均持卡量伴随发卡量规模增长，但增速急速下滑。人均持卡量仍低仅为0.53张，但人均持卡量自2017、2018年近26%的增速急速下滑至2019年的8%；
- 分布不均衡仍很突出，一是区域分布不均衡，一线及以上城市的信用卡服务应用的用户占据60.6%，但二线及以下城市的用户占比在增长，同比增长约5%；二是服务应用年龄分布年轻化趋势更加明显，35岁以下占比高达71.5%，24岁以下即Z世代占比在不断提升；
- 易观分析认为，虽然中国信用卡总体规模增速放缓，但下沉市场及下沉用户群体仍有增长空间。

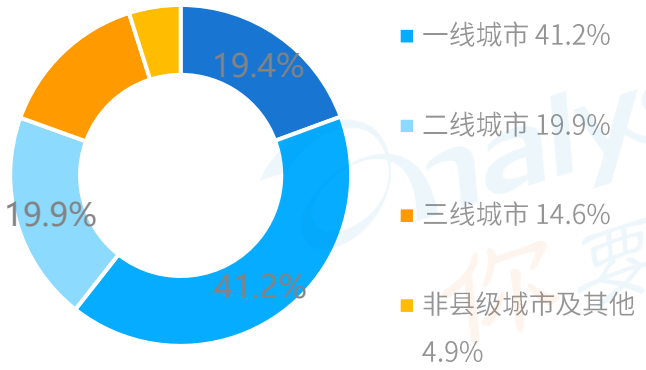
中国借记卡和信用卡人均持卡量



数据来源：中国人民银行 公开数据•易观整理

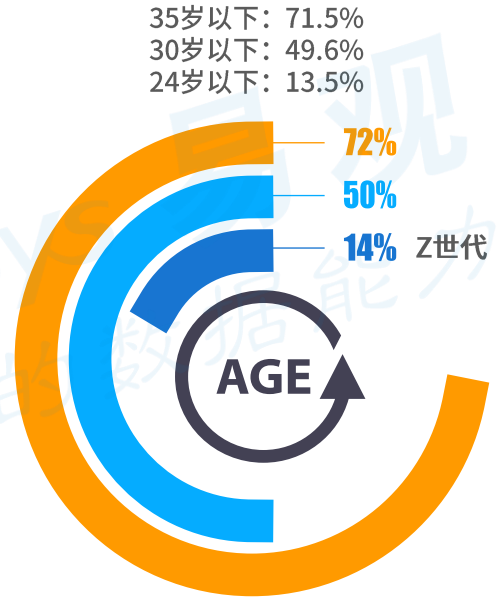
www.analysys.cn

信用卡服务应用城市级分布



© 易观分析·易观万像

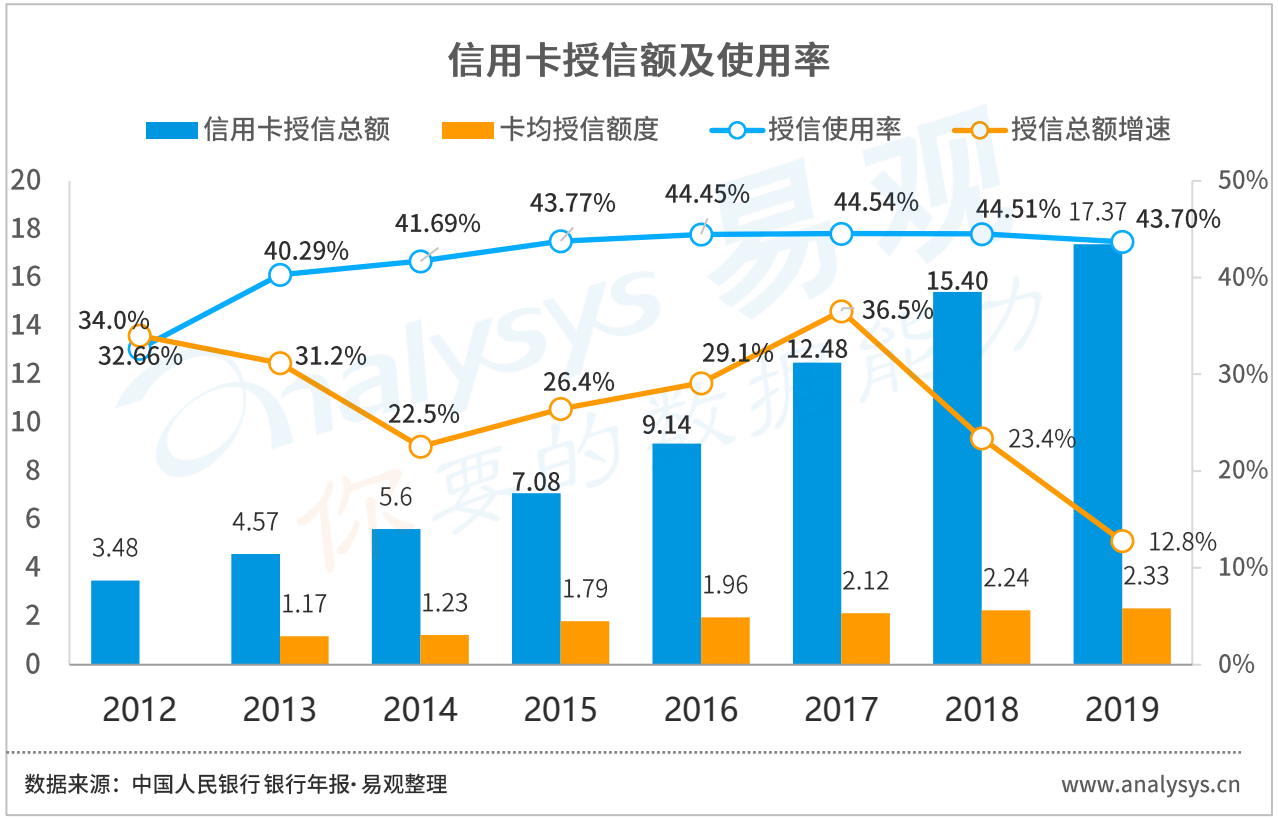
信用卡服务应用年轻化

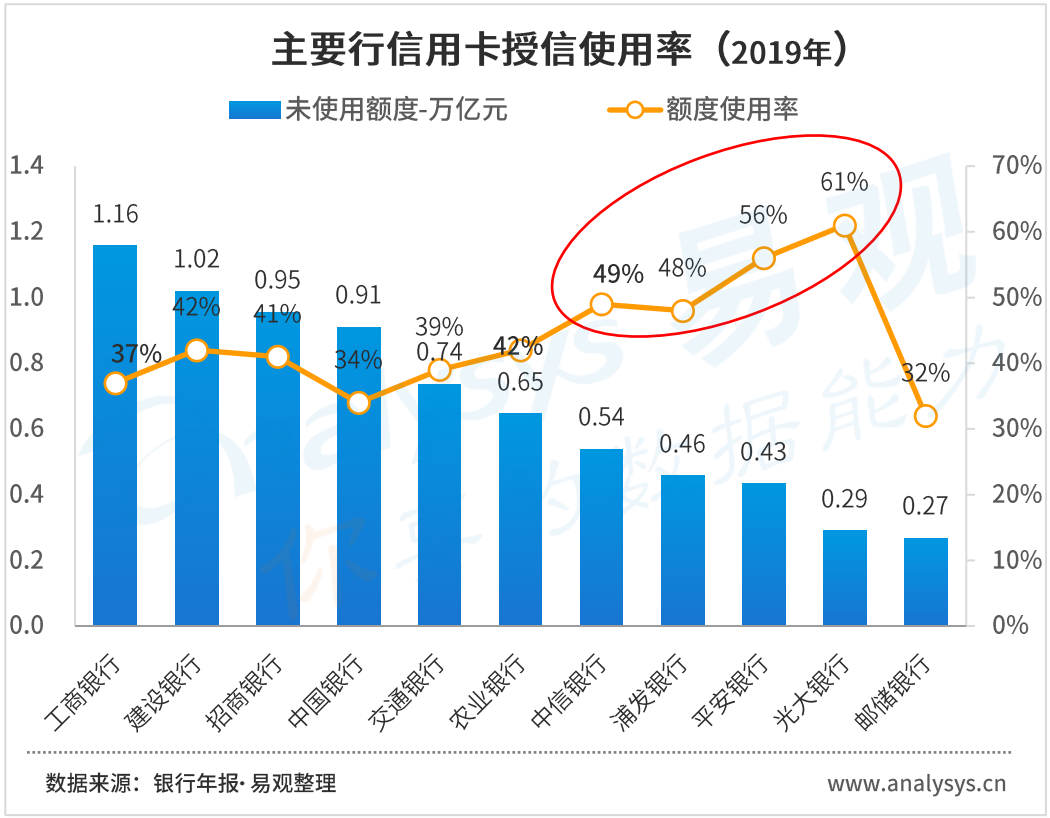


www.analysys.cn

信用卡授信总额及卡均授信额度增速放缓，授信使用率呈下滑趋势

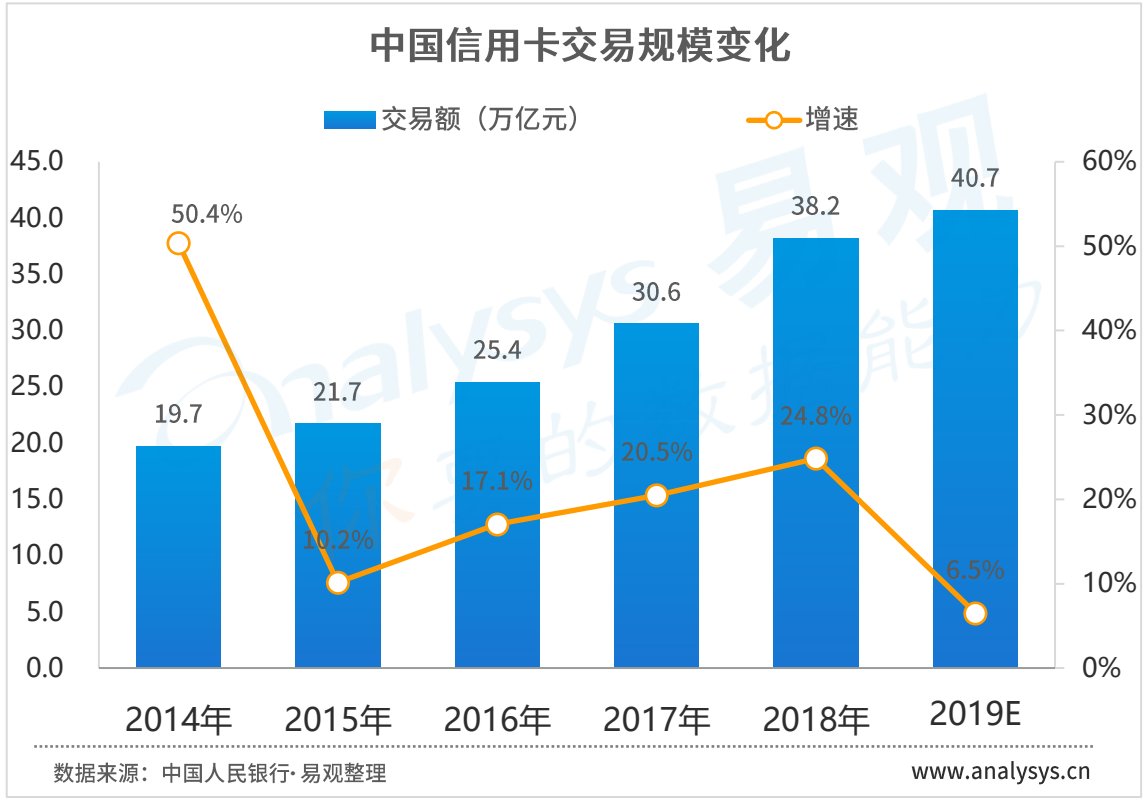
- 信用卡授信总额和人均授信规模仍持续增长，但增幅收窄增速放缓，尤其授信总额增速自2017年后直线下滑。
- 授信使用率也自2017年后有所下滑。从银行来看，国有行信用卡授信使用率均低于整体，股份制银行信用卡授信使用率明显较高，其中，光大银行、平安银行的信用卡授信使用率高于50%，其次是浦发银行、中信银行近50%，这是由于这两年全国性股份制银行加速推动零售业务数字化转型带动信用卡服务应用。
- 易观分析认为，授信额度增速及使用率双下滑，意味银行信用卡逐渐告别圈地激进增长时代，将进入盘活存量的精细化经营竞争阶段。

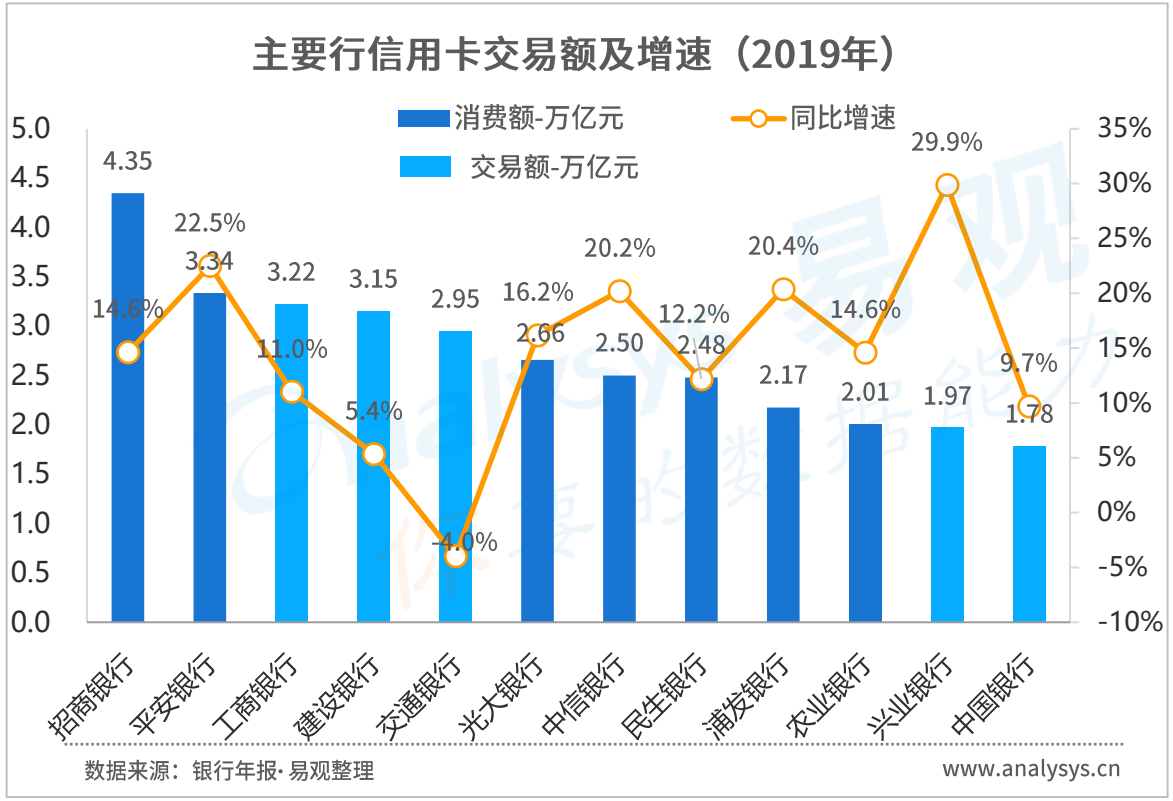




交易规模同样面临增速回落，分期业务成为增长的重要贡献

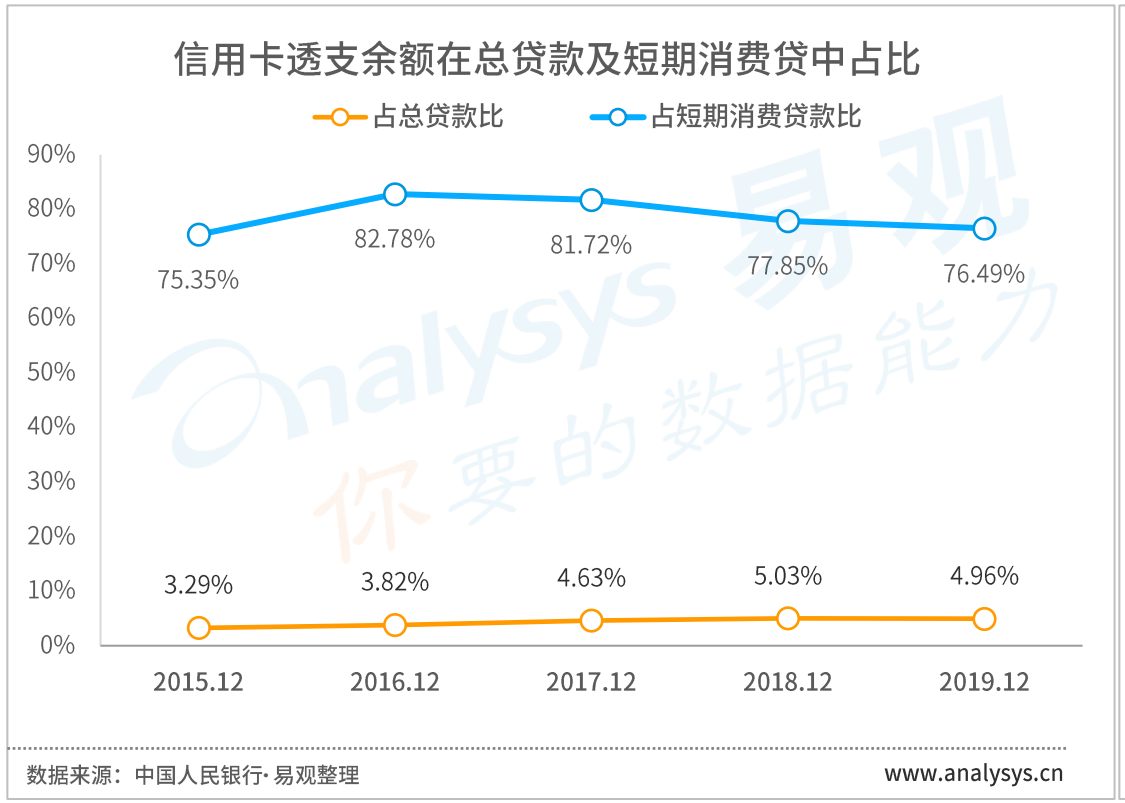
- **信用卡交易规模增长呈现梯队效应，分期业务成增长主要贡献。**信用卡交易规模2019年预计超40万亿元，招行以超4万亿元创新高并领先，平安、工行、建行跃入3万亿元梯队，得益于这些银行大力推动科技创新，在数字化转型中占据先机，数字化运营服务成效渐显；分期业务作为信用卡的重要构成，成为信用卡交易规模及收入增长的重要贡献，工行、农行等明确表示银行卡收入增长主要来自信用卡分期业务收入增加，中国银行信用卡交易规模占其信用卡消费总额18%，信用卡分期交易规模增长达16.7%。
- **交易规模增幅明显收缩，增速回落至近六年最低。**国有大行呈现增速放缓的乏力态势，交行出现负增长；全国性股份制银行增长强劲，兴业银行、平安银行、浦发银行、中信银行、光大银行仍有超过15%的增速。

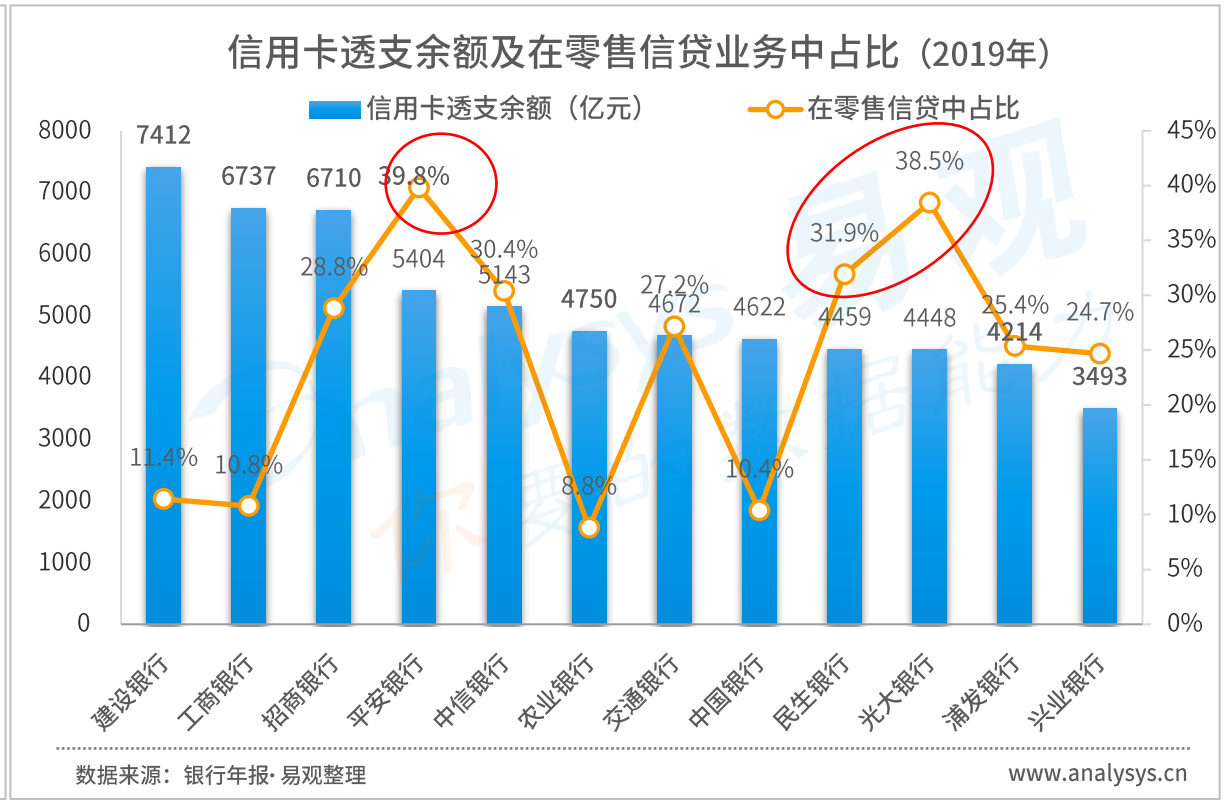




信用卡业务占短期消费信贷重要比重，助力零售业务转型成效显现

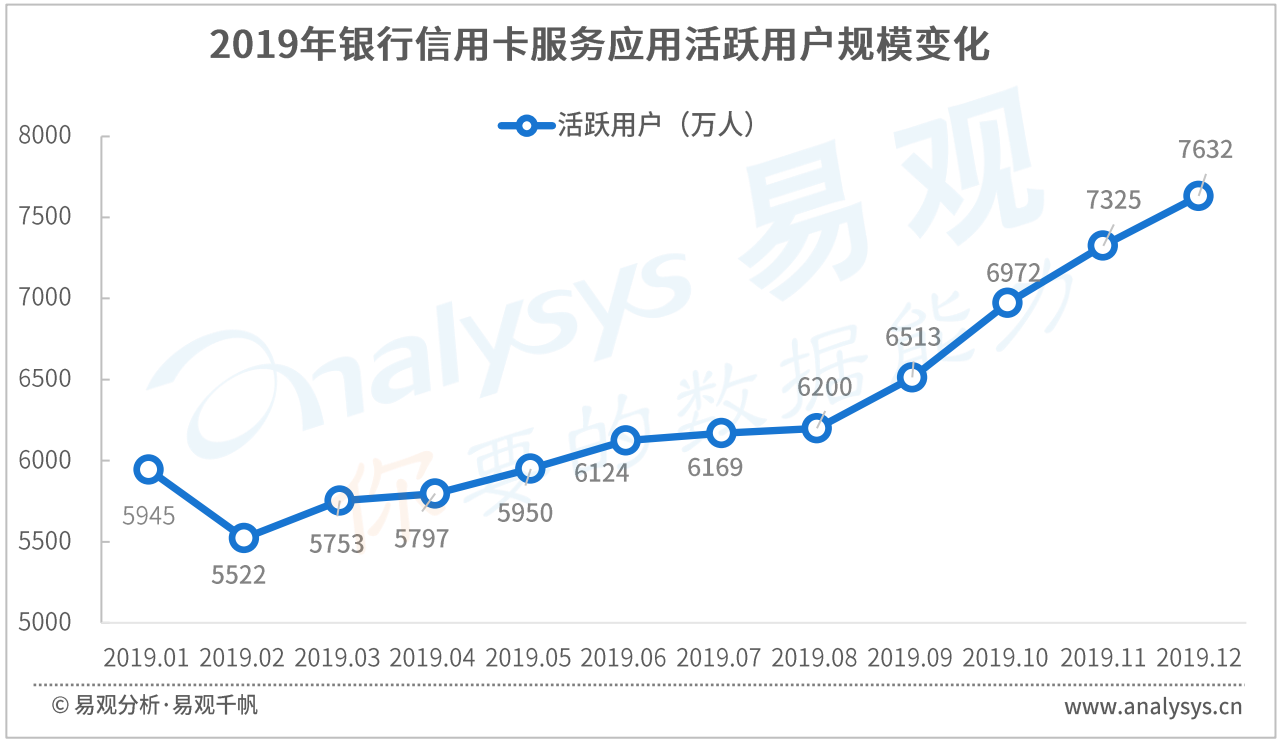
- 随着消费信贷市场的发展成熟，用户的信用消费意识被培养形成，信用卡业务成为短期消费信贷的主要构成，占据短期消费信贷近八成市场；但在总贷款占比逐年提升但仍不足5%，银行在充分开发信用卡的金融信贷服务上仍有空间；
- 零售业务数字化转型是银行业近几年的重点，信用卡是股份制银行转型的利器，充分利用信用卡的消费信贷功能挖掘零售信贷市场，从信用卡业务在其零售信贷业务占比可看出，在股份制银行占比显著高于国有行，平安银行、光大银行、民生银行，占比均高于30%，分别为39.8%、38.5%、31.9%。

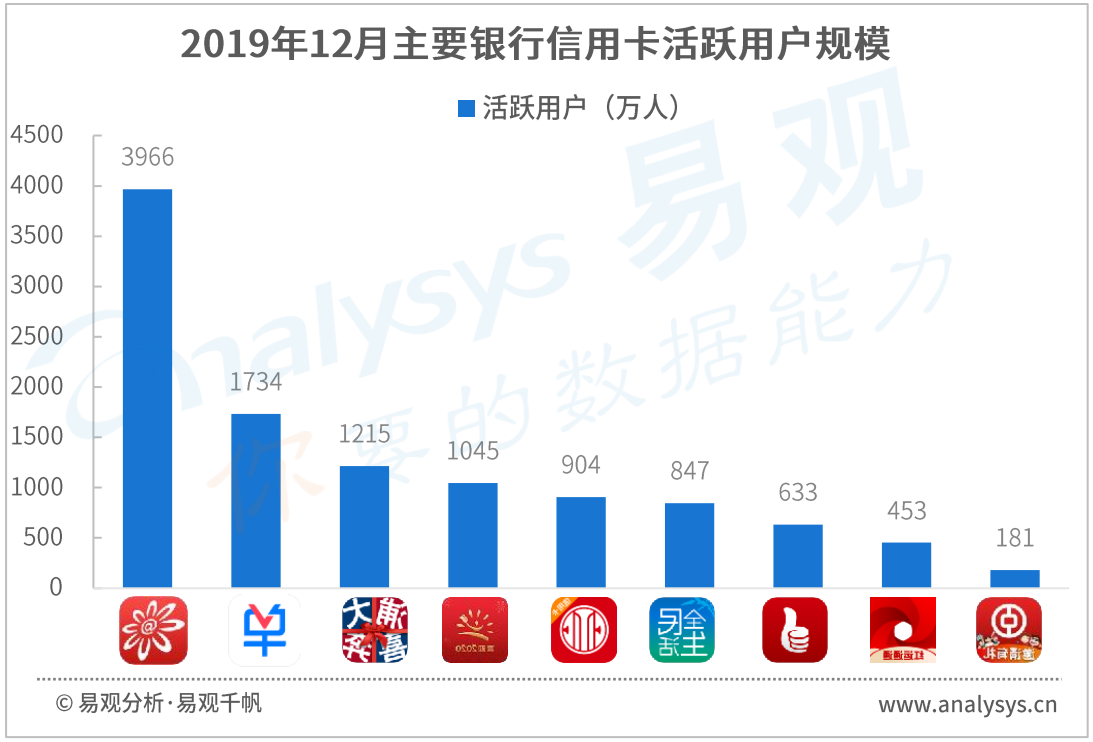




数字化渗透持续深化，信用卡服务应用用户活跃规模快速增长

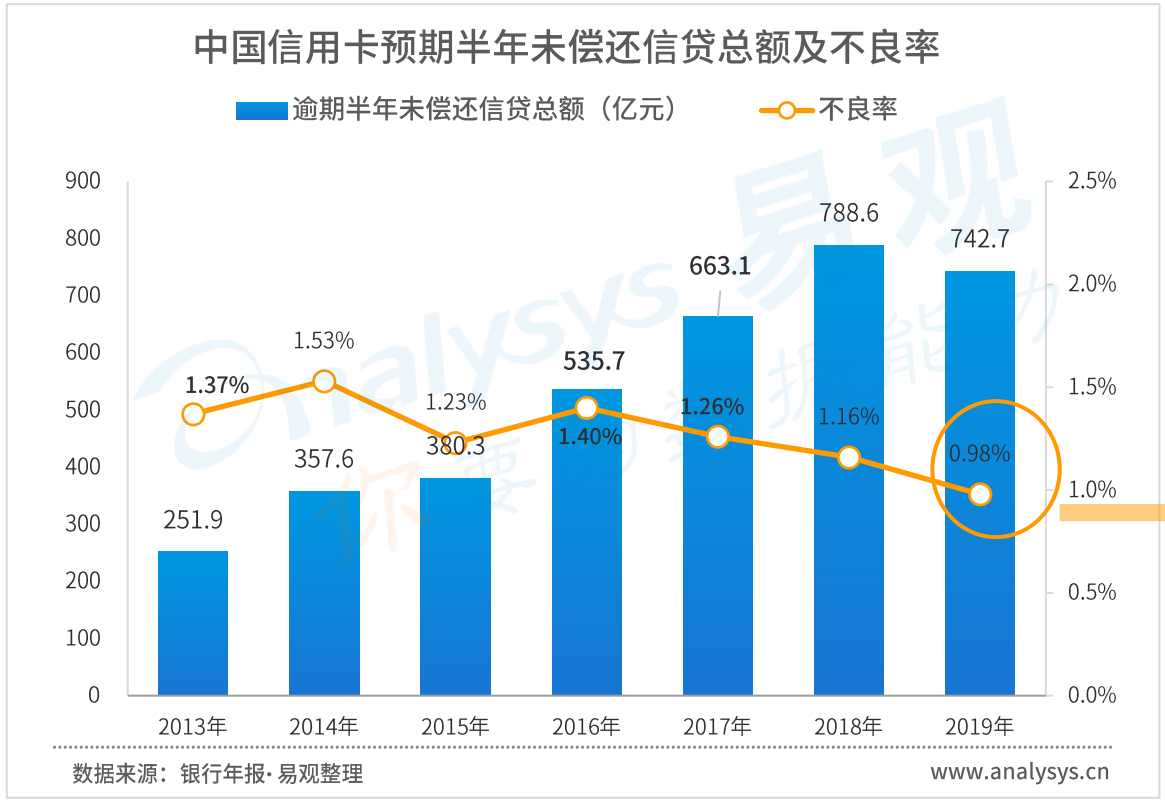
- **数字化运营服务效果持续显现。**易观数据显示，2019年信用卡数字用户活跃规模增长态势明显，股份制银行数字用户活跃规模表现优于国有行，得益于股份行率先发力以信用卡作为零售数字化转型的重要抓手，从获客、运营到服务，强化在线化、数字化，零售之王的招商银行其信用卡应用掌上生活APP的用户活跃规模遥遥领先，浦发、光大、民生等银行信用卡用户活跃也超越占据用户规模优势的工行和中行。
- 易观分析认为，**疫情将促进银行加快数字化升级和持续深化服务应用。**2020年新冠疫情影响，线下营销和活动全面受阻、停摆，各银行加速推动线上获客模式，线上运营、服务能力升级。另外，疫情也改变了用户的行为和观念，数字银行、线上服务将进一步深化。

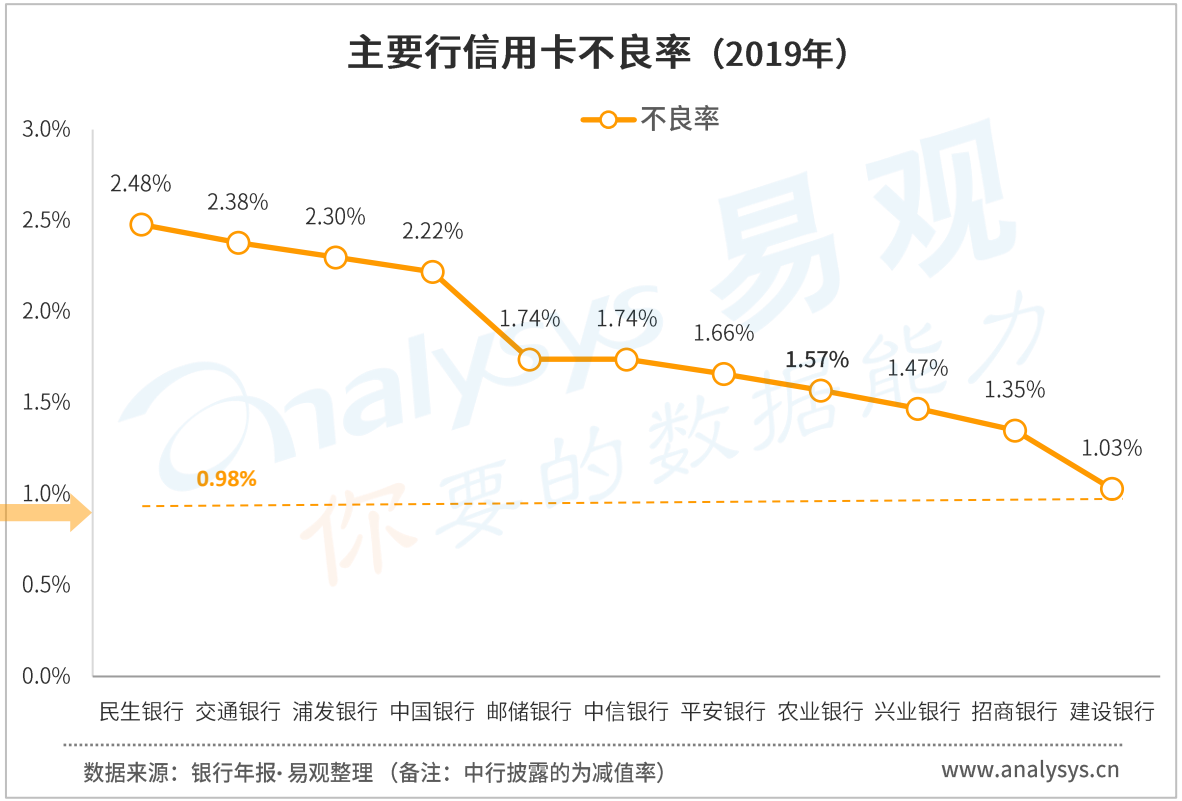




规范监管和智能化助力风控，但新冠疫情影响将增加风控压力

- 2019年信用卡在监管规范强化及各银行加强智能风控努力下，尤其在四季度银行或地方监管部门强化信用卡新规实施，逾期半年未偿信贷总额及不良率较2018年有所下滑；
- 从银行来看，呈现的主要银行信用卡不良率均高于0.98%，其中4家银行信用卡不良率高于2%，这是由于近年来全国性大行快速扩张、大力发卡圈地获客，同时粗放式管理带来的风控压力。
- 易观分析认为，2020年新冠疫情影响，信用卡业务面临违约风险严重，风控压力将继续加大。





刺激消费政策及加强监管措施，促进信用卡业务合规健康发展
同时，信用卡创新应用服务也将促进用户消费，刺激产业重振

加强场景信用消费支持 刺激消费

- **加大消费领域金融及信用场景应用的支持力度：**2019.8《关于加快发展流通促进商业消费的意见》
- 鼓励金融机构创新消费信贷产品和服务，对居民购买汽车、绿色智能家电、节水器具等智能产品提供信贷支持。
- 鼓励商业银行通过设立消费信贷专营机构、消费信贷专业支行等，提升对促消费、扩内需的支持和服务力度；还可加强与各类电商平台、专业消费平台合作，进一步拓宽和丰富消费场景，提升消费信贷产品覆盖面和可得性。
- **促进消费、重振产业：2020.3多地出台政策鼓励消费**
- 浙江《提振消费促进经济增长的实施意见》，聚焦数字生活消费、智能消费、汽车消费领域，加快释放消费潜力；深挖农村汽车消费潜力，释放城乡汽车消费潜力。
- 江西《关于打好“组合拳”提振旅游消费的通知》刺激文旅消费

促进产业 加快发展

加强风控和治理 促进行业健康发展

- **规范金融营销宣传：**2019.8《关于进一步规范金融营销宣传行为的通知》
- 规范金融营销宣传行为，加强对合作第三方机构金融营销宣传行为的监督、不得以欺诈或引人误解的方式对金融产品或金融服务进行营销宣传、不得利用互联网进行不当金融营销宣传等。
- **加强风险防控监管：**2019.8《关于加强银行卡风险防控的监管意见》（北京银保监局）
- 加强商业银行授信审批审慎管理，客户名下他行信用卡授信额度纳入合并管理；审慎制定信用卡分期业务风险资产分类标准，加强对信用卡大额透支和现金分期业务的资金流向监控、加强信用卡套现交易监控等。
- **加强乱象整治：**2019.5《关于开展“巩固治乱象成果促进合规建设”工作的通知》
- 从免息期更改、取现须全额还、最低还款额据个人消费习惯变化、滞纳金变违约金、分期付不再免费等等方面进行规范和加强管理。

信用卡业务业务到用户结构变化，数字化驱动精细化运营服务

- 信用卡新增放缓，数字化运营推动银行业回归存量客户经营，依托数字化驱动，针对更细分的用户群体需求，创新线上业务和产品、线上运营策略及模式，以适应当前信用卡精细化服务需求的变化和发展。

收入结构

- 从各行年报显示，信用卡分期业务成为收入增加的主要因素

业务结构

- 分期产品和业务
- 数字化产品创新
- 联合创新新业务

用户结构

- 客群下沉：年轻化
- 市场下沉：三四线市场
- 消费下沉：高价值低风险群体向高频低消费户群体

收入 ← 业务 ← 用户

营销 → 运营 → 服务

业务·场景生态化

- 获客：从线下向线上转移
- 支付：线下场景，线上支付
- 场景：线上+线下生态

运营·数字化

- 征信：动态征信
- 风控：数字化风控
- 营销：线上化
- 服务：智能化

服务·精细化

- 追求增量向挖掘存量价值
- 围绕用户全生命旅程的精细化服务

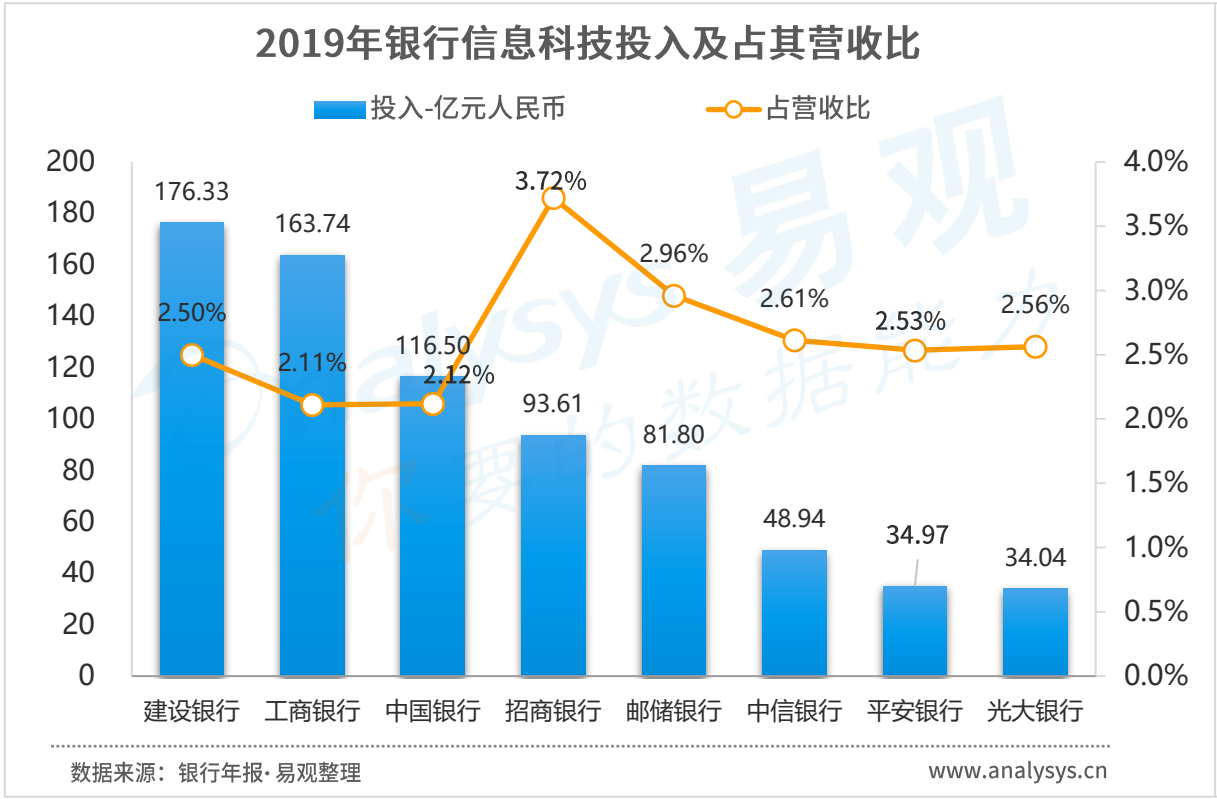
PART 2

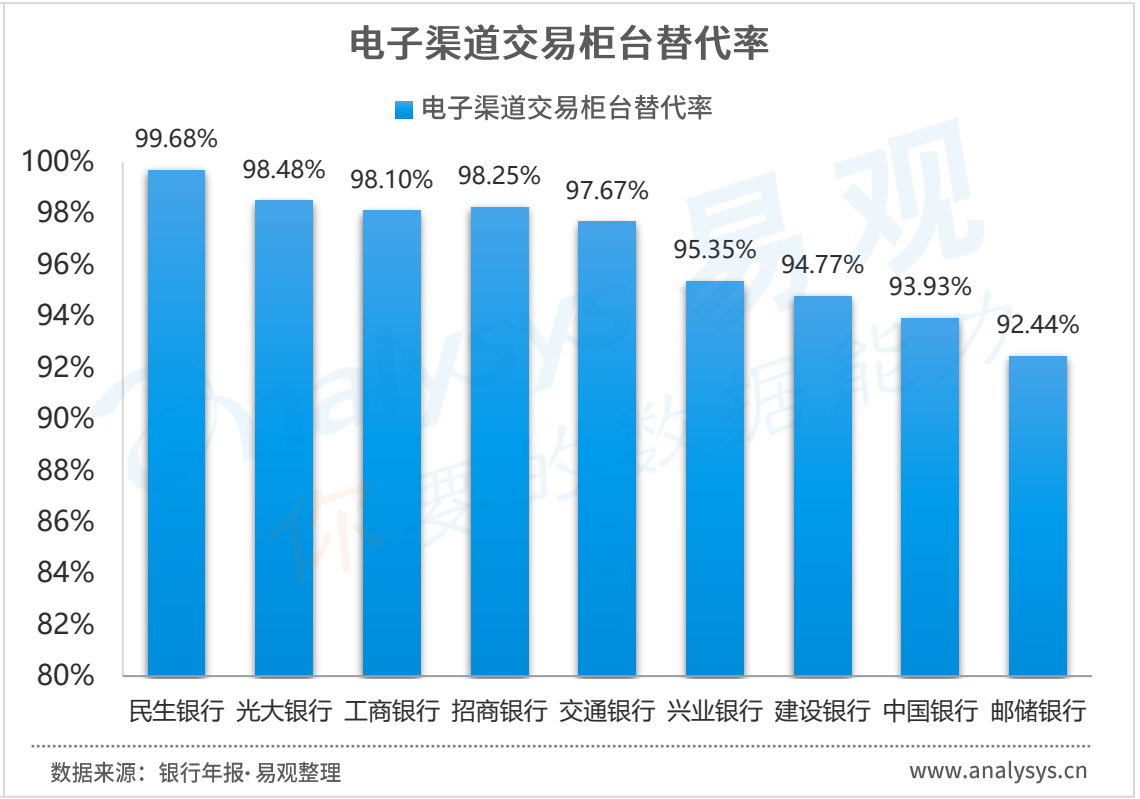
科技赋能业务，深化数字化服务能力

© 易观分析

银行机构持续加码科技投入，推进数字化能力和应用服务升级

- 数字化能力成为各行着力打造的核心竞争力，科技投入持续加码。数据显示，主要银行的信息科技投入在其营收占比均达到2%以上，招商银行对信息科技投入更是从营收比的1%提升到了3.72%。各银行从科技子公司建立到大数据、云计算、区块链等数字化技术及平台打造，升级数字化营销、服务等全流程的数字化能力，助力线上获客、线上交易量、电子渠道对柜台替代率等的持续提升，其中电子渠道对柜台替代率最显著，从银行2019年报披露数据可知，均已达到90%以上，其中民生银行、光大银行最高。
- 易观分析认为，2020年受疫情影响，线上获客、运营服务将进一步渗透，也将驱动银行加快数字化能力升级。





数字化推动信用卡全渠道、全场景获客，持续提升线上获客能力

- 数字化助力银行信用卡通过全场景、全渠道的营销获客，告别单一式增长。银行机构线上获客从个人客户到企业客户不断实践，个人客户线上获客率持续提升，并不断拓展线上渠道合作方式和内容，如光大银行、工商银行等开展异业联盟，跨界引流提升获客能力。

全场景 → 全渠道 → 轻型化 → 线上获客比重持续提升

- 全渠道获客及全场景经营，从“获客户”转向“获用户”；
- 不断提升线上化服务水平，场景化获客和营销；
- 在零售业务闭环获客经营，人均获客提升 50%；

- 信用卡数字化获客占比自2018年的61.21%上升到2019年的64.32%。

- 个金线上获客超1300万户，约占当年获客总量的30%；
- 异业联盟，把银行开进微信，借助微信庞大的用户群体

- 与搜狗联合打通流量端口拓展信用卡线上渠道，新用户引流；
- 潜在薪资代发客户的线上预约服务及推广获客

- 异业联盟：打造银行“流量网红”，光大银行通过抖音的创意内容、互动玩法、传播策略的系列组合，截获短视频流量

数据来源：银行2019年报 公开数据· 易观整理

www.analysys.cn

数字化赋能银行机构，探索信用卡产品体系和服务模式创新

- 数字化能力为信用卡服务注入新动能。新一代信息技术已逐渐渗透至信用卡经营的方方面面，从数字技术的研发、数字化能力的打造，到数字化产品、数字化营销、数字化获客、数字化风控、数字化运营等服务应用，依托场景合作线上、线下的生态圈和服务体系的变革，从产品到服务模式的创新，驱动信用卡业务发展。
- 在数字化赋能的业务体系中，银行更聚焦在金融服务能力提升，包括产品创新、服务创新，而在营销方面更多通过生态合作，银行开放金融服务能力，合作方提供流量入口或服务入口。

产品到运营的数字化创新，信用卡从“卡基”向“账基”发展

Analysys 易观 你要的数据能力

卡基

银行主导 | 实体信用卡

- 1985年卡片信用卡，至今
- 制卡开卡审批长
- 独立实体卡、卡号

账基

- 虚拟信用卡 ＋ 数字信用卡
- 银行主导 ➡ 多方合作

- 极速申请
- 线上开卡
- 秒批秒用
- 在线获客
- 线上支付
- 线上积分

银行主导

- 2014.10浦发“E-GO卡”
- 2015.9“中银长城e闪付卡”
- 2016.1建行“龙卡e付卡”
- 2017农行、中信、平安、广发都推出虚拟信用卡

多方角逐

- 华为数字信用卡
- Apple Card

- 京东白条
- 小米钱包
- 玖富万卡

- 中银数字信用卡
- 光大数字信用卡

- 安逸花闪付
- 邮你花云闪付
- 招联云闪付

实践

- 光大数字联名信用卡：数字阅读领域的跨界合作，以阅读积分为权益经营；
- 华为数字信用卡：通过华为钱包APP即可线上急速申卡账单查询、刷卡、额度管理、还款等实现全卡片在线管理消费，还支持绑定至其他第三方支付App；由华为钱包联合银行运营，账户及金融服务由合作银行提供。

- 流量到支付、积分等线上运营竞争加剧，银行机构为应对竞争，一方面加强自身风控能力，主动推进产品到运营的数字化服务，通过生态提升实体信用卡各项流程线上化，包括营销获客、运营服务、支付应用等等；另一方面，紧密多方合作，作为金融服务提供角色，从合作方获得更多的流量入口、应用场景、技术能力等支持。

- **“卡基”生态曾**是信用卡最主要的存在形式，银行机构主导，有独立实体卡和卡号，制卡开卡及审批流程长、时间长，使用方式由线下刷卡渐被移动支付迭代。
- **信用卡向账期发展。**金融科技、移动支付渗透，银行机构探索虚拟信用卡、数字信用卡（虚拟信用卡可不依赖实体卡，数字信用卡则依赖实体卡，但均可线上开卡，支持纯线上支付），逐渐由卡基转向账基生态发展。经历两个阶段，一是仍以银行主导的虚拟信用卡，二是多方合作的卡生态，银行机构主要提供账户、消费金融和金融机构提供场景、银行主要作为转接清算；
- **账基发展更强化线上化趋势，**包括申请审批、支付、消费积分等均可线上化、高效化。未来，各参与方竞合关系将更突显，竞争加剧也将更紧密合作。

银行信用卡向线上化数字化深度转型,调整策略刺激线上交易

- 信用卡增量拓展空间持续压缩，叠加疫情影响运营难度加大，各家银行拥抱用户思维与移动支付趋势，优化策略调整鼓励线上化，加强与各平台合作，刺激用户线上交易、消费，寻求新增长和增加用户粘性。

银行信用卡线上化数字化寻求新增长

数据营销类发卡增速上升——拥抱变化

线上经济、宅家经济等发展，各家银行大力深化数字化转型，充分挖掘有潜力的生活场景，加强线上推广及营销的能力。线上数据+线下预约面签，数字营销模式的获客量在快速提升。
线上化、数字化增加信用卡业务未来交易场景、获客渠道发展的新方向。

线上交易增速显著上升——拥抱移动支付

拥抱用户思维，以迎合用户线上交易、线上支付的消费习惯，调整积分规则，加强与平台、商家的合作，拓宽覆盖面，刺激用户线上交易，增强用户粘性；
增量放缓加上疫情抑制消费的局势下，面向“存量”用户精耕细作调整策略，鼓励和推进线上交易，寻求新增长。

银行出招

加强线上交易支持
鼓励用户线上消费

- 数字营销新模式挖掘零售客户，社交网络邀约降低获客成本，获客量快速提升，2019年末三大APP用户同比增长41.41%
- 支持线上的渠道办理业务，阳光惠生活APP业务量增长6%，线上交易量增长27%

- 信用卡积分新规并全面执行网络交易分发
- 5倍积分广覆盖合作的平台、商户，刺激用户线上消费；覆盖主流电商、知名商超、到家服务商户等，包括美团、饿了吗、盒马、拼多多、京东、沃尔玛、肯德基、喜茶、每日优鲜等

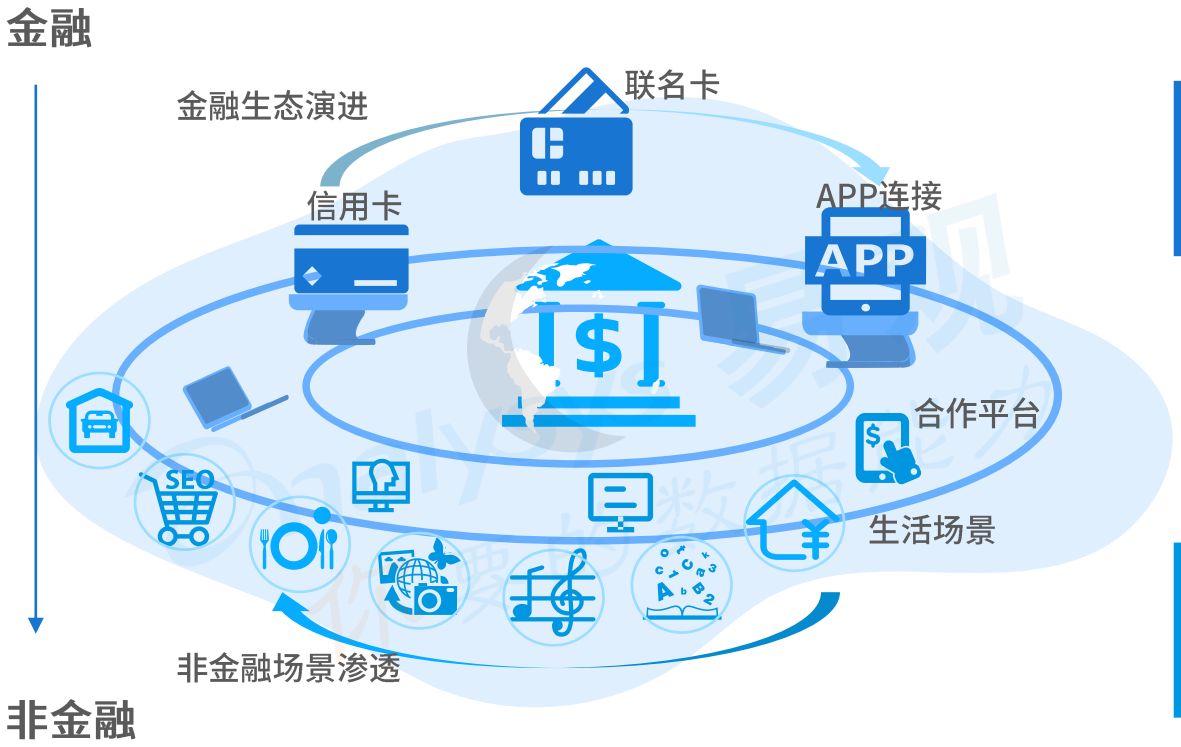
- 将全面实行信用卡积分新规：对网络支付、线上刷卡商户范围作优化调整，积分拓宽覆盖部分线上渠道、新增线下积分商户类型，线上线下交易“通吃”
- 累计信用卡积分数量不设上限：对持卡用户通过云闪付、财付通、支付宝、美团支付、京东支付、小米支付、翼支付及中信银行“动卡空间”APP支付产生的支付交易

- 发展信用卡线上服务，探索零售长尾客群线上“轻经营”服务模式，依托远程银行开展数字化、多渠道精准连接客户，以“零接触式服务”推动线下业务向线上和云端全面迁移

信用卡用户运营从金融生态融入泛生活生态,并趋向高频场景

Analysys 易观 你要的数据能力

金融+生活场景 已成银行信用卡运营的主要模式



向细分业务深入 高频生活场景成为各机构竞争红海

低频高额

- 银行信用卡金融生态的发展，从早期联名卡合作拓展客群，低频高额消费客群为主，到APP连接外部平台和场景，不断拓展信用卡的金融服务生态；
- 2020疫情加速行业数字化转型，催生低频高额领域如教育、医疗等新机会。

2019年，各大银行加快迭代升级信用卡App，在传统信用卡服务基础上，向用户的衣食住行娱乐教育各场景不断拓展和渗透，抢夺高频生活应用场景，形成金融+X生活生态圈

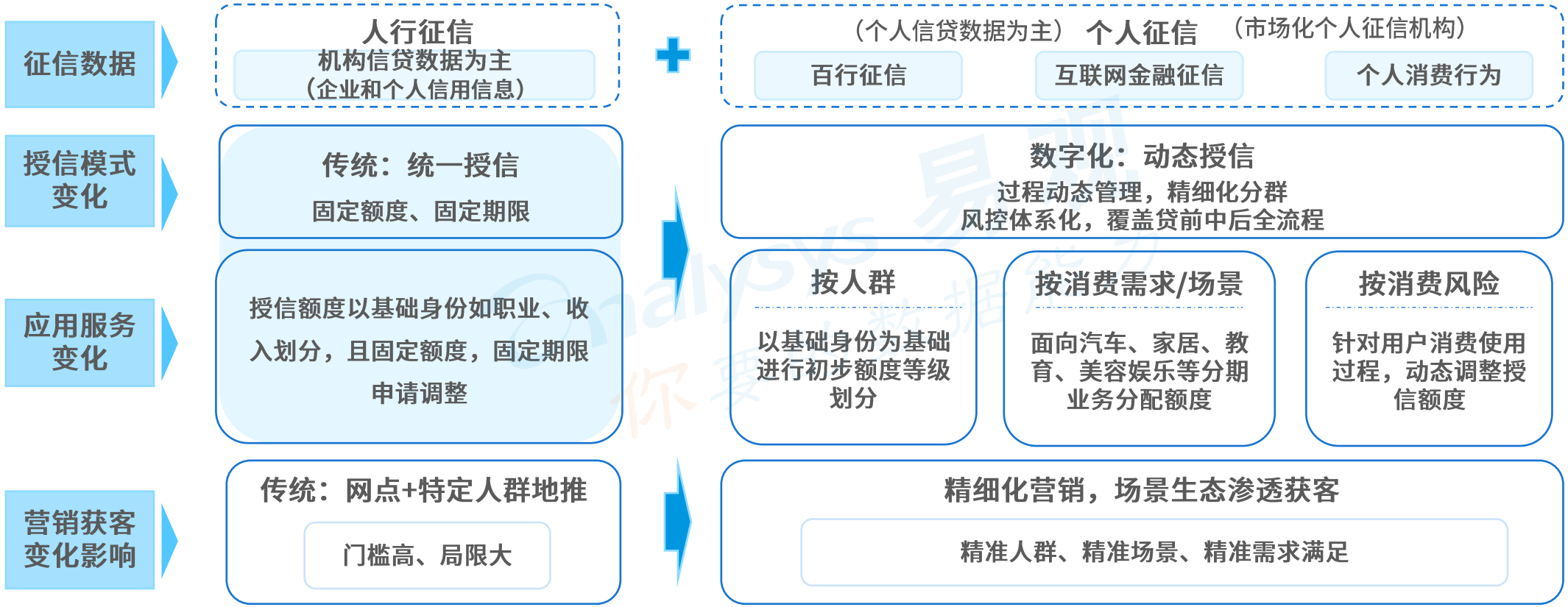
高频低额

- 招商银行掌上生活APP，截至2019年末，非信用卡用户占比31.51%，金融场景使用率和非金融场景使用率分别为76.21%和73.90%
- 中信银行聚焦“吃穿玩乐购”等高频生活场景，面向全网用户全方位覆盖消费需求，打造开放的“金融+非金融”综合服务生态
- 光大银行“信用卡遇上抖音”一波创意操作，帮助信用卡中心实现社交传播新突破，与外部生态跨界合作，冲击高频场景

- **金融+生活场景生态成为银行信用卡运营的主要模式**：信用卡App为大力摆脱银行APP金融产品的低频交易场景的束缚，逐渐借用户生活使用的高频场景植入金融服务，以此打破金融产品服务边界，从内部打破“获客难、留客更难”的魔咒，提高使用率、增强用户粘性。

中国征信管理进程加快，征信市场革新赋能信用卡数字化转型

- 2013年出台征信业管理条例、2015年对芝麻信用和腾讯信用等企业做好个人征信业务的通知发布、2016年对个人征信前期报备审批试点范围扩大等系列政策，加快了中国征信管理的进程;2019年政府工作报告明确提出，未来将推行信用监管和“互联网+监管”改革并健全社会信用体系。
- 征信数据的丰富和征信体系的变革不仅影响信用卡授信模式，对信用卡的业务服务、营销模式等都将带来深刻的影响。



数字技术应用推动银行信用卡风控数据化、智能化不断升级

Analysys 易观 你要的数据能力

	人工作业	系统辅助	全面智能化
	风控1.0	风控2.0	风控3.0
	征信一刀切、管理单一 主要把控授信门槛	预测风险，事前管控 过程阶段风险预警管控	全流程、精细化、智能化， 风险管理与价值管理升级
贷前	● 信用评分：粗放式授信 ● 开卡：人工尽调、纸质审核	● 信用评分：风险模型划分客户风险等级 ● 授信：按客户风险等级授信	● 用户画像：千人千面、精准分群 ● 关联分析：预测相关需求创新信贷业务及产品 ● 精准授信：动态授信、单独授信
贷中	● 监控：人工跟踪高风险客群	● 过程监测：阶段性对风险模型修正，调整客户风险等级	● 全流程：风险实时监测并预警 ● 使用追踪：动态调额控制风险 ● 反欺诈：交易反欺诈 ● 智能推荐：关联业务智能推荐
贷后	● 缺乏有效手段	● 催还：系统筛选+人工电话	● 智能催收：系统预判，机器人、智能语音客服等自动化催还

- 光大银行大数据风控系统：整合和挖掘行内大数据资源，基于大数据应用推进智能风控，主要落地在C端信贷、用于客户画像和客户推荐的智能营销，B端信贷，智能投顾及风险管理的数字化转型。
- 平安银行风控3.0：利用评分模型实现10秒获知额度，智能审批机器人，最快8秒可以完成审核,57%的的用户可以在30秒内发卡；大数据决策引擎，支持每天千万级金融交易实现毫秒内极速响应，每笔交易决策控制在50毫秒以内，精准拦截盗刷交易，并通过人脸识别和海量问题库，为客户打造专属互动场景实现极致体验，风控效率和价值管理双重升级。

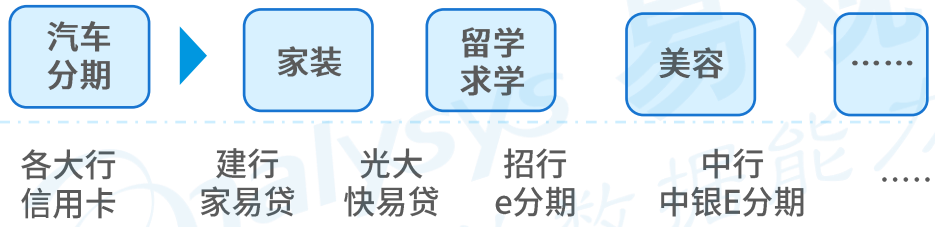
单独授信的出现和应用，拓宽信用卡业务和服务范围

- 单独授信主要应用于银行的分期业务，一定程度上助力实现银行信用卡产品的丰富以及拓宽信用卡的信贷服务范围，因风控压力导致其并未得到广泛应用或爆发；
- 据数据显示，中国家庭消费信贷参与率仅为13.7%，而与需求的16.2%、与美国超60%参与率等仍有较大差距，意味着消费信贷的空间；中国消费信贷提供主要以商业银行机构为主，部分消费信贷机构或公司为辅，目前国内消费场景结合紧密的商业性消费信贷的发展仍不足，这或将为信用卡提供可发挥的空间，但需要注意提升智能风控能力、加强风险管理。

单独授信

银行为持卡人在消费某一特定消费品而专门给予的授信额度，这个额度可根据消费标的设置，不占用信用卡原有的授信额度，且可高于原授信额度。

主要应用于：信用卡分期业务



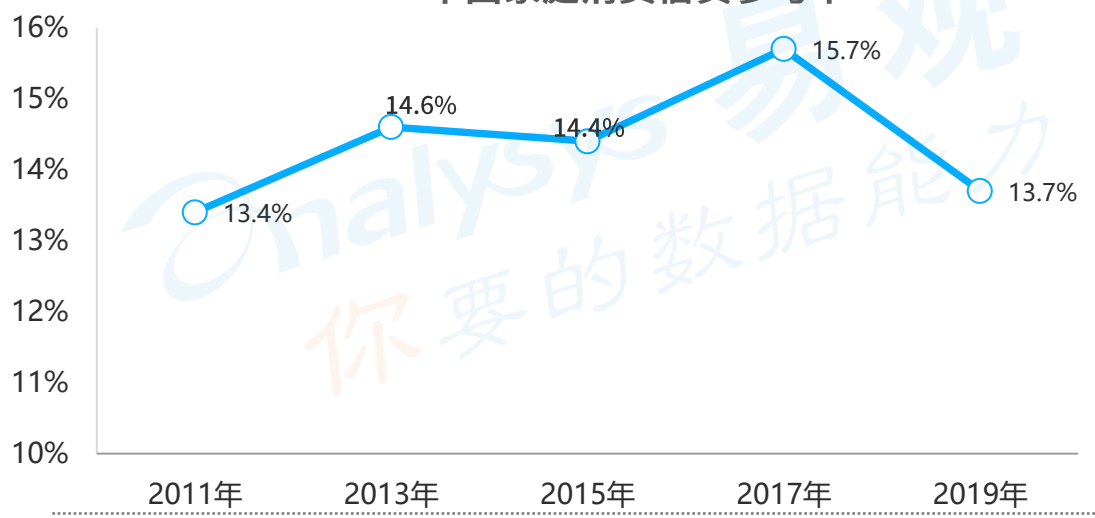
“家易贷”安居分期：

- 内容：家庭各种大额消费，凭消费记录、发票等可向建行申请“家易贷”安居分期付款；
- 用途：可为装修（硬装、软装、购买建材、家电或家具等）、购物、婚庆、培训、旅游等多种；若是装修，还可用于装修本人名下其他房子，也可以是配偶、子女、父母名下的房子。

消费信贷需求仍有空间

中国家庭消费需求，或许可为单独授信主要的信用卡分期业务提供更多可能的空间，更多结合家庭消费需求的场景丰富产品和拓展业务

中国家庭消费信贷参与率



数据来源：公开数据·易观整理

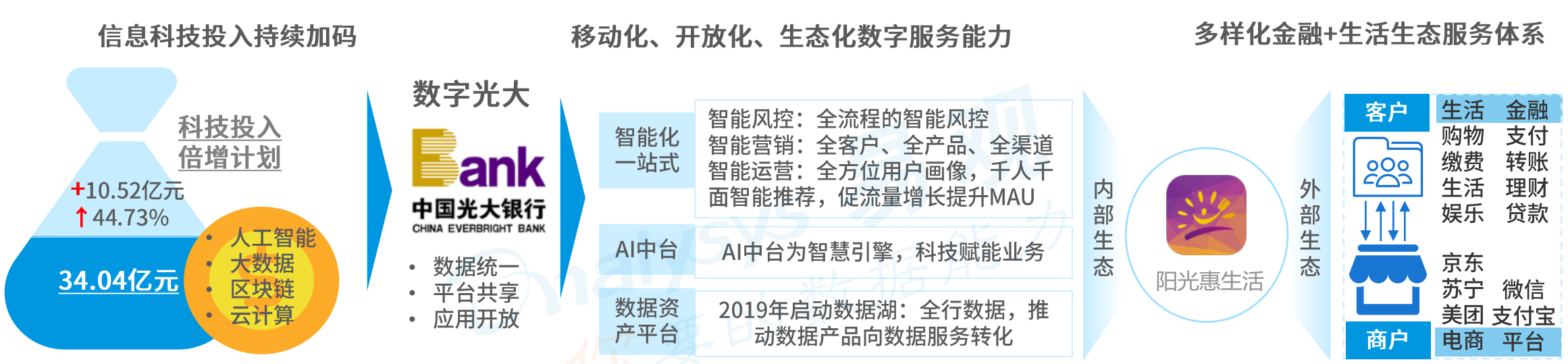
www.analysys.cn

PART 3

中国信用卡业务数字化应用实践案例分析

© Analysys 易观

光大银行:金融科技新动能，驱动信用卡移动金融生态建设



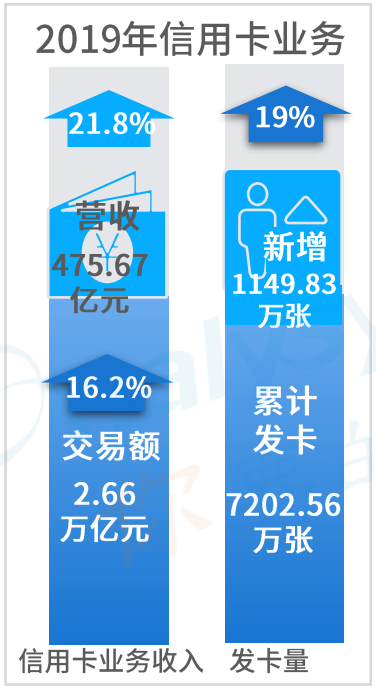
2020年将进一步加大科技投入力度，加快金融科技创新步伐

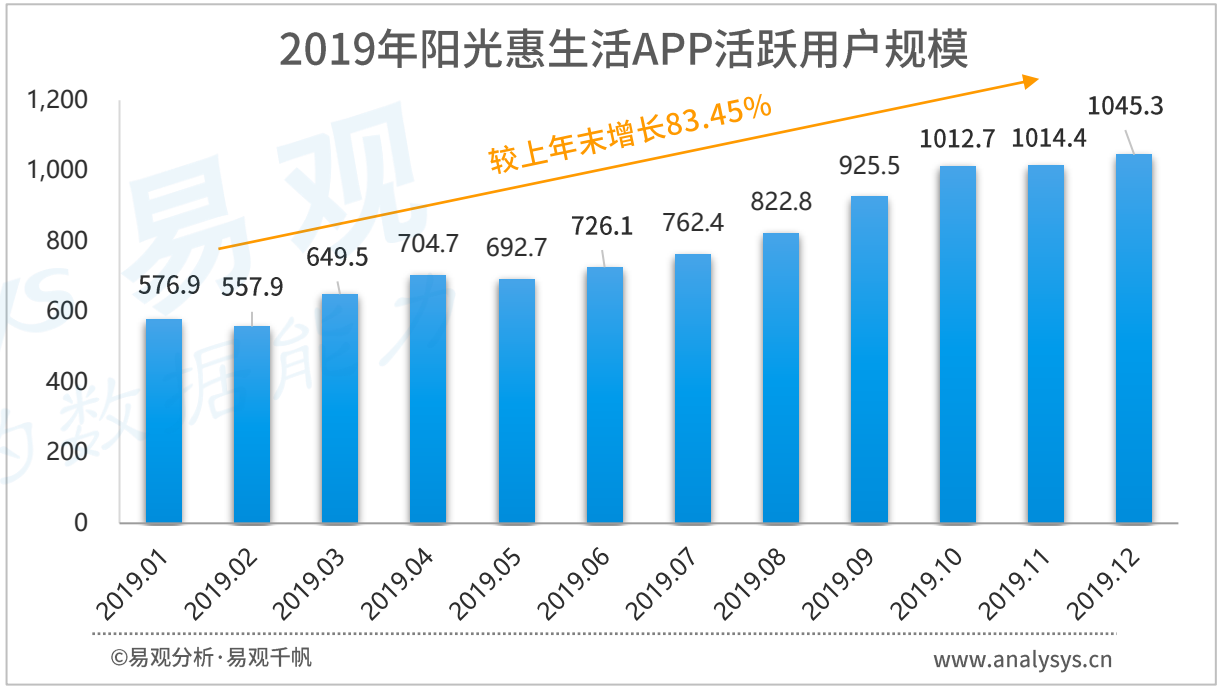
数据来源：银行年报·易观整理 www.analysys.cn

数据来源：银行年报·易观整理 www.analysys.cn

- **以科技为新动能，全力打造“数字光大”。**2019年光大银行“科技投入倍增计划”再为科技投入加码，构建特色的“123+N”发展体系，即全力打造智慧化的金融平台，利用云计算、大数据等核心技术，深化移动化、开放化、生态化的数字服务能力，面向多个金融服务领域的数字化产品创新，形成数字光大的核心能力。
- **数字化经营为驱动，构建移动金融生态。**阳光惠生活积极建设全流程、全场景数字经营体系。在信用卡服务方面，以阳光惠生活为核心，整合光大银行内部资源，形成完成的内部生态，外部作为客户需求和商户的连接，依托与商户合作建的出行、购物、娱乐、缴费、理财等场景，及与美团、京东等合作的平台，连接客户需求和商户多渠道经营，形成外部生态，内外部生态的融合形成信用卡生态闭环。

阳光惠生活生态化运营，活跃用户规模激增位列第四

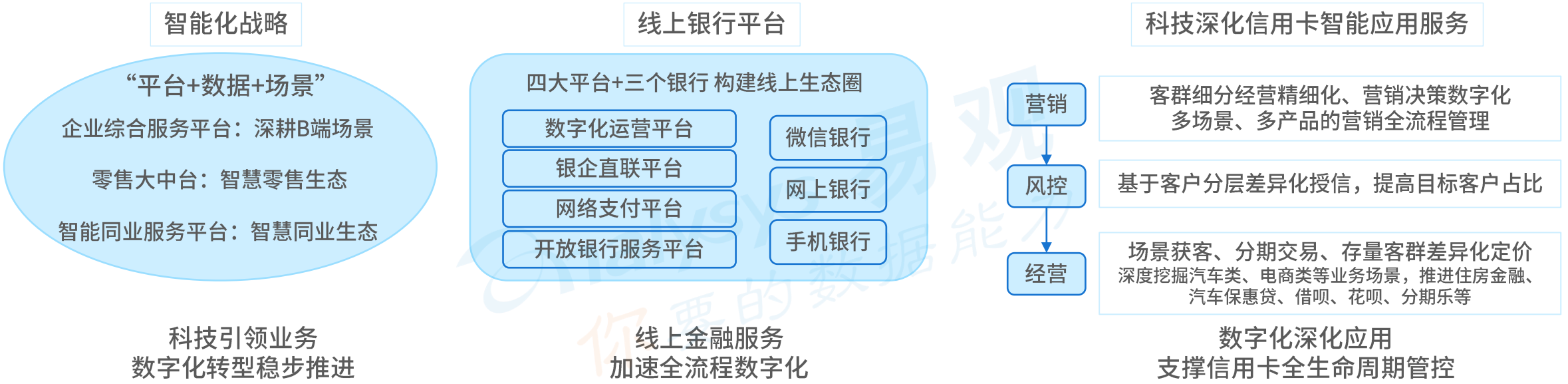




- **以APP连接生活，多元生态圈运营。**光大银行以战略转型推动阳光惠生活 APP 建设，通过APP连接生活服务，不断向非金融的高频生活场景渗透，形成多元生活服务生态圈。光大旅游生态圈（旅游E-SBU）已全面覆盖线上线下各类旅游类平台企业，2019年用户和交易规模快速增长；2019年推出孝心主题信用卡发力健康养老产业，推进“金融+养老”“金融+健康”生态圈；
- **月活破千万，信用卡业务对营收贡献进一步提升。**通过多元服务生态渗透非金融场景、异业联盟合作创新营销模式等引流和提升活跃，2019年，光大银行信用卡实现新增发卡量及用户活跃的快速增长，易观千帆数据显示，阳光惠生活APP活跃用户实现83.45%的增速，用户活跃规模超过中信、民生银行，位列信用卡APP活跃第4；同时，以客户消费需求为本，不断创新信用卡产品和服务，也为其创收，交易规模、营收分别实现16.2的%和21.8%的增长，信用卡业务收入占营收35.8%。

民生银行:拥抱科技金融创新,深化线上生态圈推进数字化应用

Analysys 易观 你要的数据能力

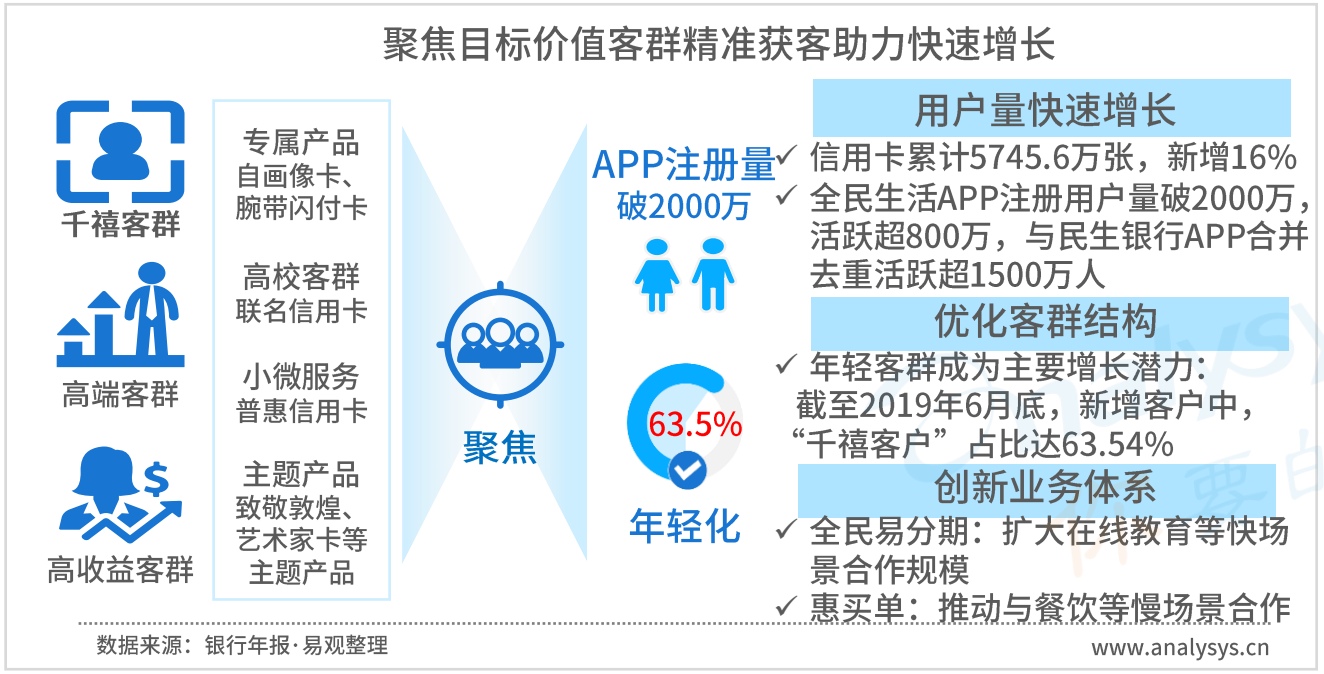


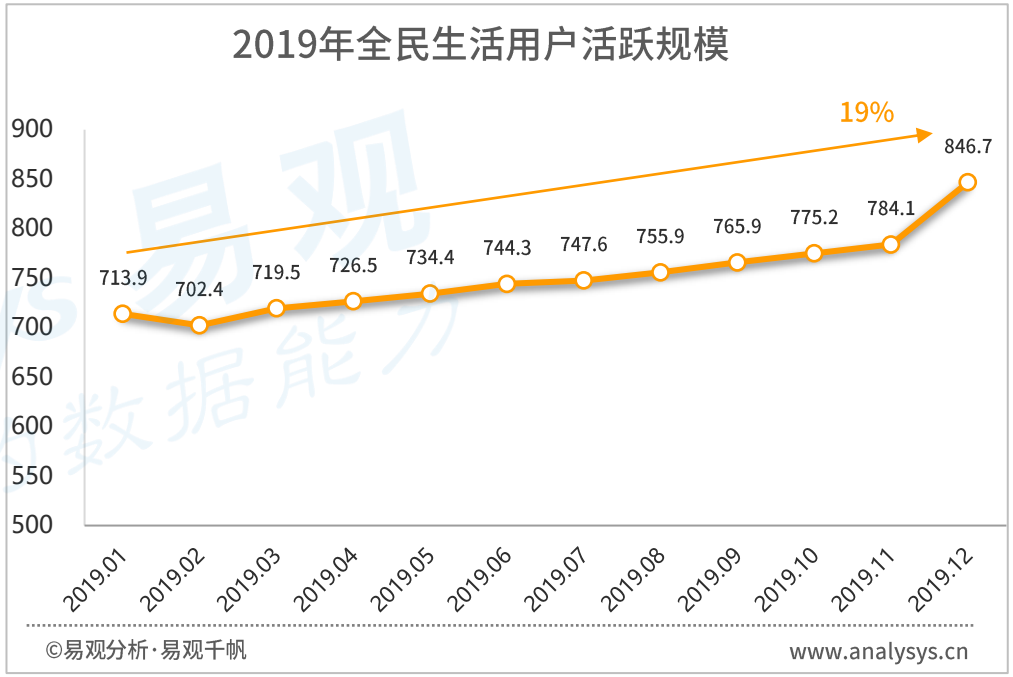
数据来源：银行年报 公开信息·易观整理

www.analysys.cn

- **科技引领业务转型。**加速科技从支撑业务到驱动业务创新的变革，通过“平台+数据+场景”构建场景金融中台服务体系，通过企业综合服务平台，深耕B端场景，打造智慧民企生态；通过大数据管理、营销及风控，打造智慧零售生态；以一站式“金管+”服务，打造智慧同业生态，科技成为业务发展的“火车头”。
- **深化线上生态圈稳步推进信用卡业务数字化应用。**通过手机银行、网上银行、微信银行，以及数字化运营平台、银企直联平台、网络支付平台、开放银行服务平台，实施“线上银行平台”整体规划，构建线上生态圈和开放银行体系，支撑信用卡业务的数字化经营决策，持续提升场景金融业务核心竞争力，场景内获客、交易、分期、品牌宣传成效显著，推进信用卡全业务场景、全生命周期的智能服务。

科技与业务协同助力精准获客,全民生活两年线上化快速追赶





- **依托科技推动业务协同发展：**信用卡以业务为导向，以应用促创新，积极应用人工智能、大数据、区块链、云计算等技术，不断升级金融服务，打造新型信用卡服务生态圈，通过重点业务交叉销售对夯实客户基础、收入的增长起到积极推动作用。
- **精准获客、细分经营助力客户量持续增长。**一方面，信用卡作为服务小微企业的重要载体拓展小微客户场景，同时，面向长期潜力显著且偏向信贷消费的年轻人为主体挖掘高校客群潜力，提高有效获客并优化客群结构，全民生活APP注册客户量突破2000万，新增客户以年轻客群为主；另一方面，基于客户资质、价值成长、风险水平等要素进行存量客群细分，实现差异化的产品定价、精准营销和质量监控，推动业务实现转型增效与创新发展，基于APP平台的“全民易分期”、“惠买单”等创新业务，将线上线下、集中和分散的各类资源有效整合，形成推动增长的新型循环动力。

中信银行:以智能开放平台为发展新引擎,赋能信用卡业务发展

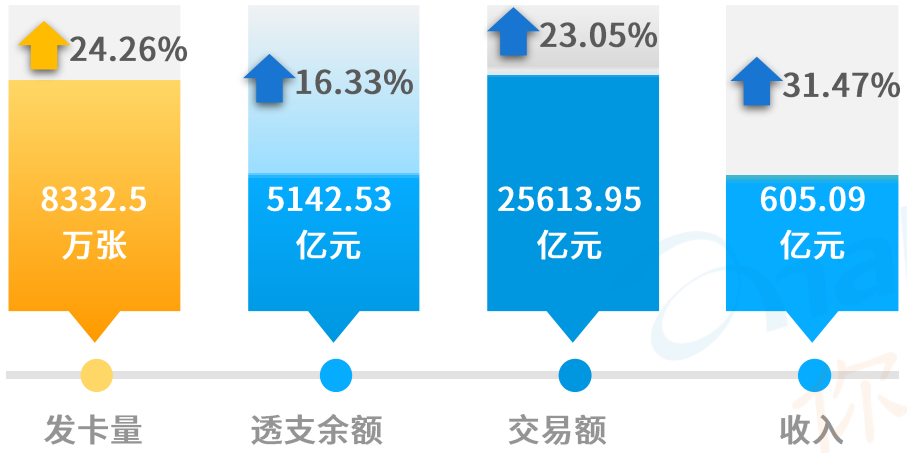
数据来源：银行年报 公开信息·易观整理

www.analysys.cn

- **科技服务业务创新发展。**中信银行坚持科技驱动创新并赋能业务创新发展，其自主研发了信用卡StarCard新核心系统，同时依托智能开放平台，实现“新服务、新技术、新管理”三维一体的综合能力提升，并以此作为驱动信用卡业务高质量发展的新引擎，深化信用卡业务的智能化发展；
- **智慧经营驱动价值创造。**中信银行信用卡通过深化人工智能技术应用，积极创新数字化产品体系，构建自主可控的AI+智能生态，基于信用卡“动卡空间”APP等平台，助力其信用卡服务向主动化、个性化、智慧化发展。据悉，信用卡2020年将布局搭建“5G全IP开放式服务平台”，构建系统融合、数据互通、人员互补的新型作业和管理模式；进一步推动信用卡产品和服上线上化、智能化水平提升。

中信银行强科技控风险,实现发卡量和收入增长而不良率下降

中信银行2019年信用卡业务情况



数据来源：银行年报·易观整理

www.analysys.cn

持续强化贷前、贷中、贷后联动风险管控体系

贷前

- 新客户风险限额
- 客群结构优化
- 细分客群特征
- 严审客户资信水平
- 筛选优质客户
- 严控共债客户通过率

贷中

- 差异化授信
- 动态化授信
- 实时风险监测
- 专项侦测和治理（疑是高风险客户、套现等不合规行为）

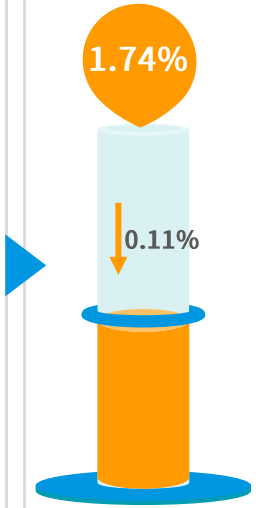
贷后

- 无人值守自动化服务
- RAP智能客服、智能电话催还

实时风险监测模型体系 ＋ RPA智能运营工具

欺诈件识别精准度提升4.3倍，风险评分时效控制在200ms以内

2019年不良率



中信银行信用卡

- 中信银行信用卡在金融科技赋能引领下，实现发卡量、交易额、业务收入等业绩2019年实现飞跃式发展，累计发卡量增长24.26%，交易额和收入增速均超20%。根据易观千帆数据显示，中心信用卡动感空间APP用户活跃规模较上年末增长34.68%。
- 同时，中信银行信用卡积极应用新技术、主动布局和强化全面风险管理，积极运用金融数字化于风控领域，持续强化贷前、贷中、贷后联动的风险控制体系，构建实时风险监测模型、网申实时申请反欺诈模型，将RPA智能运营工具的运用在人力、客服等领域替代流程成熟、重复性高的人工终端操作，实现无人值守业务操作自动化，其风险管理效果出色，根据年报数据显示，信用卡不良率1.74%，较上年末下降0.11个百分点。

平安银行:科技赋能创新驱动,开放平台赋能信用卡数字化经营

数据来源：银行年报 公开信息·易观整理

www.analysys.cn

- 平安银行通过AI战略实施，强化科技创新，数字化赋能业务提质增效降本。以AI Bank为内核构建开放银行生态，对用户、员工、合作伙伴连接、赋能与融合，实现批量化获客、场景化经营。
- 在信用卡业务上，依托科技赋能及大数据驱动，从客户消费场景需求出发，为客户搭建了从申卡到用卡全流程打通的服务体系，实现场景化获客和营销，推出的“一键办卡、即享优惠”科技服务，发卡时间由 2 天缩短至最快 2 分钟，2019年通过“一键即享”办理信用卡的客户超400万；打造的新一代智能风险管理体系“风险 3.0”，对贷前、中、后业务全面AI化、实时化，并打通个贷、汽融、信用卡等产品风险管理系统，全面 AI和全面价值管理助力实现降本增效。

平安信用卡创新产品体系，“金融+生活”生态深耕用户服务

数据来源：银行年报 公开信息·易观整理

www.analysys.cn

- **深化跨界融合，深耕战略客群生态圈。**平安信用卡策略联盟，持续丰富产品体系，聚焦生活娱乐、商旅、车及车生态、商超等行业，重点挖掘行业内高战略价值的合作企业，与细分领域头部企业、平台开展深度合作，实现线上线下流量打通、多样化场景融合，为客户提供多样化的产品与服务；持续深化客户分群经营，针对不同客群打造不同主题、差异化权益的信用卡服务，现实时化、精细化、可视化、价值化的数据化经营，助力平安银行批量化、规模化获客。
- **金融科技加持下，实现用户和交易规模双增长。**2019年，平安信用卡交易规模以22.5%增速，规模达3.3万亿元，首次超过国有大行，仅次于招商银行；信用卡新增发卡量 1430 万张，近 90%通过 AI 自动审批。

PART 4

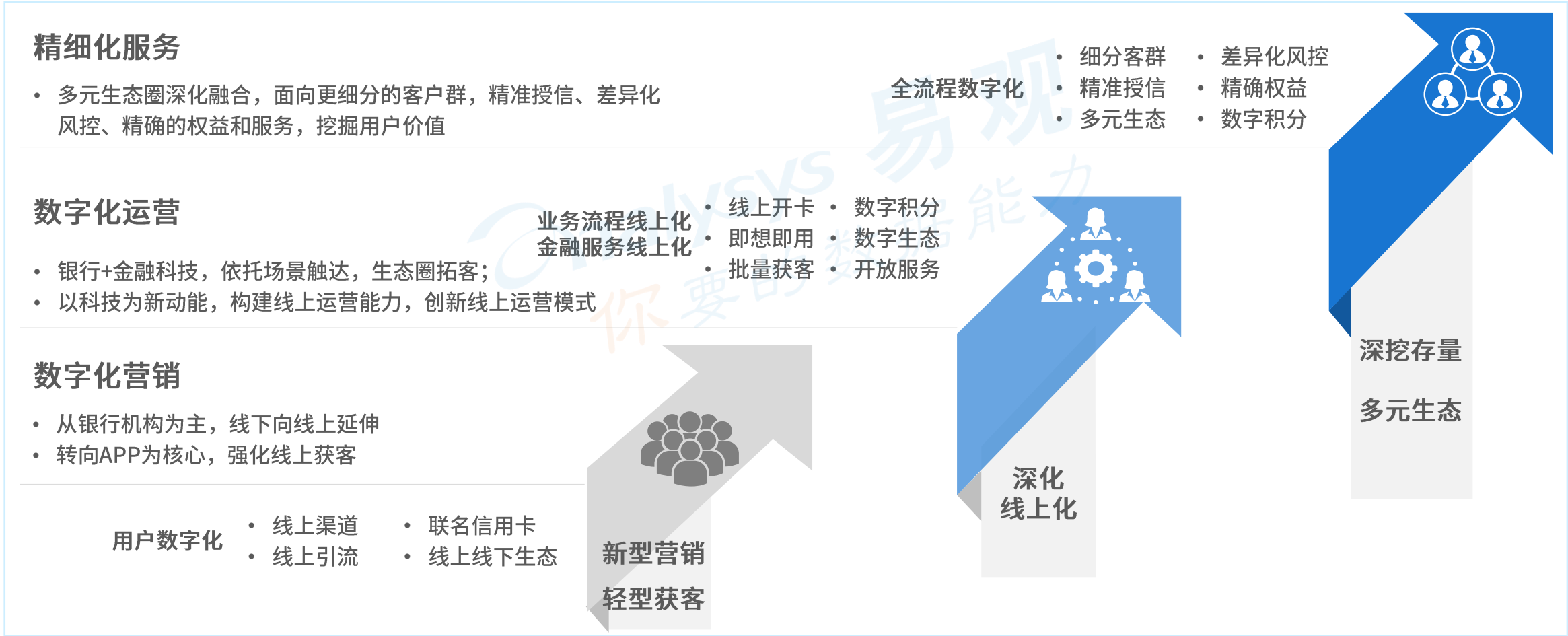
数字化转型加速下，信用卡业务发展展望

©易观分析

www.analysys.cn

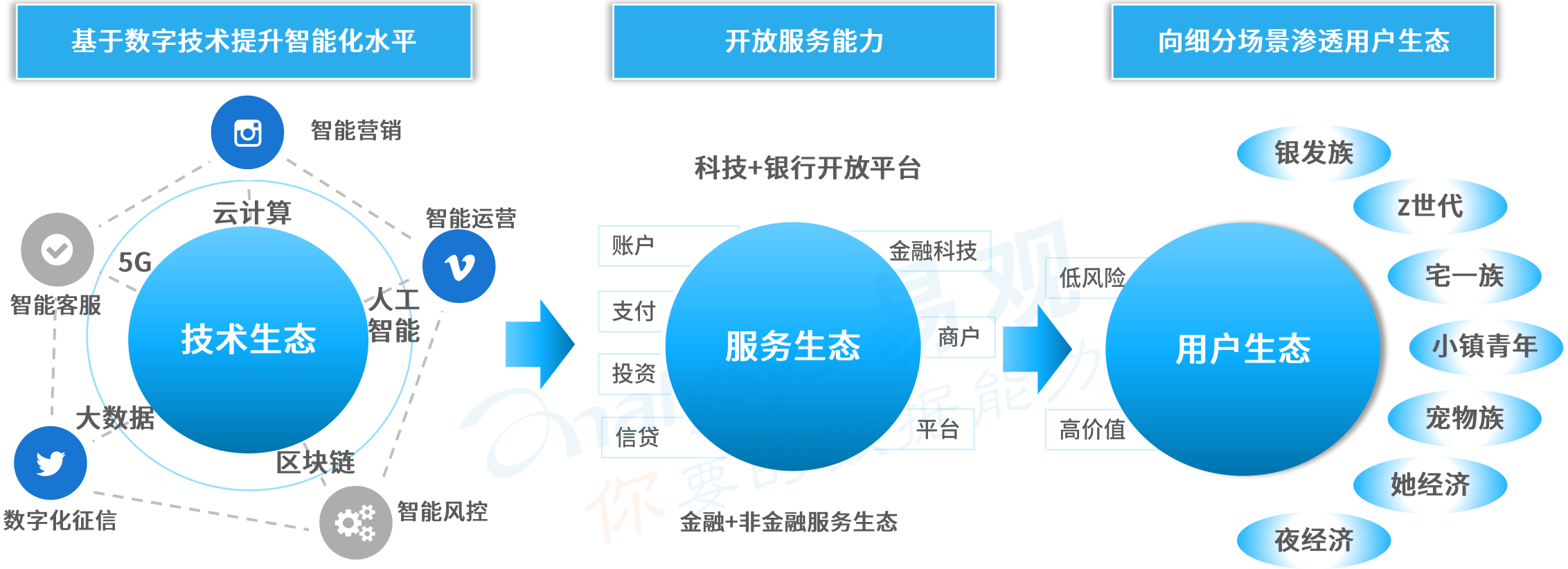
信用卡进入数字化新阶段,关注存量精细化经营,线上质效提速

- 新冠疫情期间线下业务受阻，将倒逼并加速信用卡的线上业务全流程进度，信用卡部分业务的线上全流程进度或在疫情后得到进一步提速，深化数字化转型；
- 随着新增流量明显放缓，单一联名信用卡拓客、线上引流等模式已不满足当前信用卡发展阶段，精耕细作正成为各家银行信用卡业务发展新方向，围绕存量经营、价值提升的业务智能化、线上化将更进一步深化，推动信用卡业务向跨界场景的多元生态模式发展。



数字化赋能信用卡不断拓展业务边界,向多元生态模式发展

Analysys 易观
你要的数据能力



- 信用卡新增拐点渐近，即便尚未进入存量时代，但监管的政策导向、银行的信用卡业务运营策略调整、行业数据不断丰富、跨界融合的机会和挑战的加剧等，单纯的精细化运营也许已不足支撑信用卡业务发展，而更多元生态模式成为信用卡业务创新的方式。
- 生态圈已成为信用卡获客、运营、服务输出的常态模式，随着技术的演进和应用，数字技术驱动智能化能力建设作为信用卡的技术生态，通过科技+银行开放平台实现金融和非金融服务能力开放的服务生态，助力信用卡面向更细分用户提供更精细化服务。未来，信用卡业务的经营、服务将形成多元生态模式的发展趋势。

5G赋能金融科技,深化信用卡业务数字化创新场景和服务应用

- 5G技术更快、更强、更广的网络传输能力创造新的连接，将大幅提升金融服务的广度、深度和宽度。
- 5G赋能金融，通过技术手段推动金融科技创新，赋能业务流程改造、服务模式革新、监管机制变革等重构业务服务生态，如雾计算将助推各类机构全面开放API，将银行各类金融产品和服务、甚至非金融服务能力，面向合作生态开放，将银行服务植入用户端、机构端或政府端，无感融入生活场景中，覆盖到从未接受金融科技服务的用户，让金融服务更加下沉、提升便利性与可得性。同时，大数据、AI、云计算等技术进一步融合应用，也将推动银行开放能力不断深化，信用卡业务在新技术、新应用、新模式下不断深化线上化、数字化、智能化发展。

5G赋能金融科技深化融合，数字化智慧运营新模式，创造无感、无界、无限制服务新体验

Analysys 易观
你要的数据能力

数据驱动精益成长

- 易观千帆
- 易观分析
- 易观方舟

获取千帆数据

关注易观分析
获取更多报告

易观方舟试用

网址：www.analysys.cn　　客户热线： 4006-010-230 / 4006-010-231　　微博：Analysys易观

考研资料：数学、英语、政治、管综、西综、法硕等（整合各大机构）
英语类：四六级万词班专四专八雅思等
财经类：初级会计、中级会计、注册会计、高级会计、税务师、会计实操、证券从业、基金从业、资产评估、初级审
公务员：国考、省考、事业单位、军队文职、三支一扶微信 2270291360
银行：银行招聘、笔试、面试
教师资格：小学、中学、教师招聘面试
建筑：一建、二建、消防、造价
法考：主观题、客观题
多平台网课：涵盖职场、办公技能、编程、文案写作、情感心理、穿搭技巧、理财投资健身减肥摄影技术等优质内容
精选资料：Excel 教程、PPT 模板、简历模板、PS 教程、PPT 教程、素描、烹饪、小语种、CAD 教程、PR 教程、UI 课程、自媒体、写作、计算机二级、钢琴、Python、书法、吉他、kindle 电子书、演讲.....持续更新中...
押题：提供考前冲刺押题（初级会计、中级会计、注册会计、一建、二建、教资、四六级、证券、基金、期货等等），麻麻再也不用担心我考不过了。
资料领取微信：1131084518
行业报告：20000 份+持续更新

英语四六级备考资料	计算机二级备考资料	150 所高校考研专业课资料
两小时搞定毛概马原思修近代史纲	高数(微积分)+线性代数+概率论	素描 0 基础入门教程
教师资格证全套备考资料	普通话考试资料礼包	书法教程微信 2270291360
大学生英语竞赛备考资料	大学生数学竞赛备考资料	1000 份各行业营销策划方案合集
挑战杯/创青春/互联网+竞赛资料	电子设计竞赛必备资料	街舞 0 基础入门教程
托福雅思备考资料	大学物理学科攻略合集	动漫自学教程
SCI 最全写作攻略	TEM4/TEM8 专四专八备考资料	教师资格证面试试讲万能模板
360 份精美简历模板	数学建模 0 基础从入门到精通	100 套快闪 PPT 模板
Vlog 制作最全攻略	超强 PR 模板	42 套卡通风 PPT 模板
PS 零基础教程微信 1131084518	PS 高级技能教程	63 套酷炫科技 PPT 模板
好用到极致的 PPT 素材	128 套中国风 PPT 模板	32 套 MBE 风格 PPT 模板
327 套水彩风 PPT 模板	295 套手绘风 PPT 模板	54 套毕业答辩专属 PPT
196 套日系和风 PPT 模板	82 套文艺清新 PPT 模板	57 套思维导图 PPT 模板
163 套学术答辩 PPT 模板	53 套北欧风 PPT 模板	34 套温暖治愈系 PPT 模板
118 套国潮风 PPT 模板	30 套仙系古风 PPT	126 套黑板风 PPT 模板
114 套星空风格 PPT 模板	192 套欧美商务风 PPT 模板	42 套绚丽暈染风 PPT
50 套精美 INS 风 PPT 模板	56 套水墨风 PPT 模板	137 套清爽夏日风 PPT 模板
98 套森系 PPT 模板	25 套简约通用 PPT 模板	记忆力训练教程
300 套教学说课 PPT 模板	123 套医学护理 PPT 模板	AE 动态模板微信 2270291360
毕业论文资料礼包	教师资格证重点笔记+易错题集	表情包制作教程
吉他自学教程（送 6000 谱）	钢琴自学教程（送 1000 谱）	区块链从入门到精通资料
2000 部 TED 演讲视频合集	Excel 从入门到精通自学教程	单片机教程
230 套可视化 Excel 模板	1000 款 PR 预设+音效	1000 份实习报告模板
手绘自学教程微信 1131084518	单反从入门到精通教程	人力资源管理师备考资料
英语口语自学攻略	粤语 0 基础从入门到精通教程	证券从业资格证备考资料
日语自学教程	韩语自学教程	PHP 从入门到精通教程
法语学习资料	西班牙语学习资料	炒股+投资理财从入门到精通教程
全国翻译专业资格考试备考资料	BEC 初级+中级+高级全套备考资料	大数据学习资料
SPSS 自学必备教程	Origin 自学必备教程	会计实操资料
LaTeX 全套教程+模板	EndNote 教程+模板	小提琴 0 基础入门自学教程
GRE 超全备考资料	200 份医学习题合集	司考备考资料

思维导图教程＋素材	20000 份行业研究报告	一级造价工程师备考资料

上万 GB 教学资料（均全套,非杂乱）免费领取微信 1131084518

《闪电式百万富翁》实战版+升级版

易经+道德经+易学名师全集+风水学+算命学+起名+++等等（全套 1000 多 GB）

心理学+NLP 教练技术+精神分析+亲子家庭教育+催眠+++等等（更新超 2000GB）

大学-已更新至 9333 个课程+高中+初中+小学-全套资料（超过 2 万 GB）

陈安之	曾仕强	马云	杜云生	翟鸿燊	刘一秒	俞凌雄
王健林	余世维	雷军	周文强	安东尼罗宾	董明珠	李嘉诚
徐鹤宁	冯晓强	李践	刘克亚	罗伯特清崎	戴志强	李伟贤
苏引华	史玉柱	李强	俞敏洪	杰亚伯拉罕	周鸿祎	唐骏
梁凯恩	陈永亮	傅佩荣	贾长松	易发久	李彦宏	湖畔大学
李开复	聂枭	悟空道场	魏星	姬剑晶	其他名师全集	其他资料下载
王兴	王智华	智多星	陈文强	周导		微信 2270291360
泡妞	撩汉	泡仔	房中术	性福课	驻容术	泡妞撩汉性福合集

注：太多了，无法全部一一列出。。。

全套专题系列【微信 1131084518】

记忆力训练	形象礼仪	健康养生	企业管理	沟通技巧
演讲与口才	经理修炼	MBA 讲座	时间管理	战略经营
企业文化	销售心理	管理素质	国学讲座	执行力
团队管理	领导艺术	员工激励	潜能激发	谈判技巧
绩效管理	薪酬管理	43 份直销制度	电话销售	人力管理
客户服务	创业指南	市场营销	餐饮管理	保险讲座
品牌营销	酒店管理	汽车 4S 店	众筹资料	销售技巧

兴趣爱好：	钓鱼教程	魔术教学	炒股教学	美术教学	书法教学
音乐乐器：	萨克斯教学	电子琴教学	小提琴	古筝教学	钢琴教学
	吉他教学				
体育运动：	篮球教学	足球教学	羽毛球教学	兵乓球教学	太极拳教学
	围棋教学	高尔夫球			
生活实用：	插花教学	茶艺-茶道	唱歌教学	单反相机摄影	毛线编织
	小吃+美食				
语言学习：	英语				
电脑 IT：	办公 office	PS 美工教学			

暗号：666

免费领取资料微信

1131084518

微信1131084518

撩汉liaohan.net

最好资源zuihaoziyuan.com

如果群里报告过期

请加微信联系我索取最新

1、每日微信群内分享7+最新重磅报告;

2、每日分享当日华尔街日报、金融时报

3、如果看到群里报告过期了，请扫码联系

4、行研报告均为公开版，权利归原作者所有，仅分发做内部学习

扫一扫二维码后台回复 加群

加入“研究报告”微信报告群。